

Оригинальная статья / Original article

Экономика творчества и перспективы посткапитализма

© Д.А. ДАВЫДОВ

Давыдов Дмитрий Александрович, Институт философии и права УрО РАН (Екатеринбург, Россия), davydovdmitriy90@gmail.com. ORCID: 0000-0001-7978-9240

Некоторые левые теоретики усматривают в получающей сегодня распространение «нематериальной», творческой экономике прообраз будущего «царства свободы», в котором работают роботы, а люди занимаются преимущественно свободной творческой деятельностью. В соответствии с этой точкой зрения экономика творчества может стать экономикой изобилия, так как создаваемые блага потенциально бесплатны для всех, а их потребление ведет к приращению совокупного богатства. Тем не менее не стоит идеализировать креативную экономику. По мнению автора, расширение ее масштабов и значения может повлечь за собой дальнейшее углубление социально-экономического неравенства (от господства 1% к господству 0,1% населения), а также привести к возникновению новых форм отчуждения и углублению индивидуализма. Такая ситуация порождает множество проблем для левой политической теории. Новые социальные противоречия не разрешить путем критики неолиберальной коммодификации. Вместо того чтобы брать на себя ответственность за выдвижение «истинных» ценностей и соответствующего образа жизни, можно выступать за расширение имеющихся возможностей активной и продуктивной жизни.

Ключевые слова: посткапитализм, экономика творчества, экономика креаторов, социально-экономическое неравенство, коммунизм, социализм, персоналиат

Цитирование: Давыдов Д.А. (2025) Экономика творчества и перспективы посткапитализма // Общественные науки и современность. № 2. С. 21–34. DOI: 10.31857/S0869049925020025, EDN: IZXECX

The Economics of Creativity and the Prospects of Post-Capitalism

© D. DAVYDOV

Dmitriy A. Davydov, Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of RAS (Ekaterinburg, Russia), davydovdmitriy90@gmail.com. ORCID: 0000-0001-7978-9240

Abstract. Some left-wing theorists see the current spreading of the “immaterial”, creative economy as a prototype of a future “kingdom of freedom”, in which robots work and people engage primarily in free creative activity. According to this point of view, the creative economy can become an economy of abundance, since the “immaterial” goods created are potentially free for everyone, and their consumption only leads to an increase in total wealth. However, one should not idealize the creative economy. The expansion of its scale and significance can entail a further deepening of socio-economic inequality (from the dominance of 1% to the dominance of 0.1% of the population), as well as lead to the emergence of new forms of alienation and deepening individualism. This situation poses many problems for left-wing political theory. New social contradictions cannot be resolved by criticizing neoliberal commodification. Instead of taking responsibility for putting forward “true” values and a corresponding way of life, one can advocate for the expansion of existing opportunities for an active and productive life.

Keywords: post-capitalism, creative economy, creator economy, socio-economic inequality, communism, socialism

Citation: Davydov D.A. (2025) The Economics of Creativity and the Prospects of Post-Capitalism. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 2, pp. 21–34. DOI: 10.31857/S0869049925020025, EDN: IZXECH (In Russ.)

Сегодня активно обсуждается идея конца капитализма и становления посткапиталистического общества. Левая мысль вновь в тренде, а марксизм переживает очередной ренессанс, о чем свидетельствует обилие академической и научно-популярной литературы на данную тему. Множество книг, научных статей и публицистических материалов посвящено кризисным тенденциям в мировой капиталистической системе (от роста социально-экономического неравенства до господства финансов и глобальных корпораций). Кроме того, многие авторы отмечают глубокие социально-технологические трансформации современного общества, открывающие путь к посткапитализму [Мейсон 2016].

Исследователи подчеркивают специфику экономики знаний, созидающей избыточные «нематериальные» блага, потребление которых не уменьшает, а увеличивает совокупное богатство [Горц 2010]. Ряд ученых делает акцент на творчестве как главной производительной силе посткапиталистического общества [Бузгалин 2017]. Все чаще можно встретить работы, где говорится о грядущем технологически обусловленном изобилии, когда благодаря автоматизации и роботизации производства можно будет или освободить всех людей от необходимости трудиться благодаря таким инновационным мерам социальной поддержки, как базовый доход [Ван Парайс, Вандерборхт 2020], или минимизировать «отчужденный» труд и максимизировать досуг [Бенанав 2022]. Формулировки «техносоциализм» [Кинг, Пэтти 2022] и «полностью автоматизированный роскошный коммунизм» [Bastani 2019] уже ни у кого не вызывают удивления. Кажется, что идея К. Маркса об обществе, в котором «от каждого по способностям, каждому по потребностям», перестает быть мечтой и становится вполне реальной возможностью. Возникает ощущение, что еще немного – и мировой пролетариат, цифровой прекариат,

студенты, различные группы «угнетенных» (женщины, чернокожие, иммигранты, представители ЛГБТК+ сообщества) и все те, кто страдает от неравенства, дефицита социальных благ и господства 1% населения¹, сольются в единый «интерсекциональный» [Collins 2019] союз, который, наконец, совершит долгожданную социальную революцию, приведет к социализму.

Однако столь ли радужны перспективы? Попытаемся представить более пессимистический сценарий посткапиталистического будущего. Для начала следует определить понятия.

Есть точка зрения, согласно которой капитализм практически синонимичен рыночной экономике и капиталу. Однако рынок и капитал существовали почти с самой зари человеческой цивилизации. Мы будем придерживаться более узкого и конкретного понимания. Капитализм, в сущности, есть то, что описал К. Маркс в «Капитале»: общественно-экономическая система, основанная на извлечении прибавочной стоимости, которую создает неоплачиваемый труд наемных рабочих. Похожие определения дают и другие авторы: капитализм есть «экономическая система, для которой характерно существование большого количества людей, работающих за зарплату, и небольшого количества людей, которые в частном порядке владеют экономическими ресурсами страны» [Robinson 2019, 115]; «определение капитализма... состоит в том, что это экономическая структура, в которой доминирующим производственным отношением является наемный труд пролетариев. Пролетариат отличается от докапиталистических рабочих полной собственностью на собственную рабочую силу и отсутствием собственности на какие-либо средства производства» [Paxton 2022, 78]. Коммунизм же представляют то как финальную стадию развития человечества, то как завершение «предыстории», то как движение к снятию классовых противоречий. Так или иначе коммунизм предполагает равенство и справедливость. Коммунистическое (да и социалистическое²) общество, каким бы конкретно его ни представляли, должно быть более гармоничным, нежели капиталистическое, устремленным к уничтожению классовых антагонизмов: у руля социалистического/коммунистического общества должны стоять настоящие эгалитаристы, представляющие интересы широких масс.

Тем не менее вполне возможен сценарий, при котором коммунизм не придет на смену капитализму. Те сферы деятельности и общественные отношения, которые, как предполагают некоторые левые теоретики, станут основой будущего бесклассового общества, могут оказаться не менее противоречивыми, чем это было в буржуазном обществе. Посткапитализм может и не излечить человечество от неравенства. Более того, он, судя по тому, что наблюдается в западных странах, способен порождать новые формы социально-экономического неравенства, новые статусные иерархии.

Цель данного исследования изучить специфику *экономики творчества* (на примере западных стран) в качестве сферы производства нематериальных благ, которая включает в себя как литературу, визуальные искусства, кино, музыку, так и развлекательные шоу (на ТВ, в блогосфере и т.д.). Эксперты говорят, кроме того, об *экономике создателей/креаторов*, но это, на наш взгляд, только часть (правда, уже почти преобладающая) экономики творчества, так как к креаторам нередко относят только тех, кто создает цифровые блага

¹ Речь идет об известном лозунге демонстрантов из движения «Захвати Уолл-Стрит» (сентябрь 2011 г.) «Нас 99%» и соответственно об 1% наиболее богатых людей – тех, кто больше всего выиграл от неолиберальных реформ, а также о соответствующем делении на 1% и 99% всех остальных граждан США (хотя это деление очень противоречивое, т.к. верхние 10% также принадлежат к числу улучшивших свое положение).

² Если под социализмом понимать первую стадию коммунизма.

на сетевых платформах³. Экономика творчества отчасти выходит за пределы буржуазных общественных отношений. Здесь будет очерчен ряд проблем, присущих экономике творчества, которые существенно усложняют, а не облегчают борьбу за коммунистическое будущее.

Ограниченные блага и ресурсы

К концептуальным основаниям коммунистических взглядов относится утверждение, что развитие производительных сил рано или поздно позволит удовлетворять основные потребности всех без исключения членов общества. Тяжелую работу будут выполнять роботы, а люди смогут заниматься творчеством, созидать нематериальные блага или получат больше времени на досуг. Нематериальные блага (знания, художественные ценности и прочее) станут изобильными в том смысле, что их невозможно потратить, потребляя, зато их можно распространять почти бесплатно. Стало быть, коммунизм будет возможен тогда, когда широкие массы возьмут в свои руки контроль над основными производительными силами и смогут обеспечить каждому доступ к изобильным благам. Тогда исчезнут классы, поскольку спорить будет уже почти не о чем. Конечно, как отмечает британский философ-неомарксист Т. Иглтон, общественные противоречия как таковые не исчезнут: «Коммунизм можно рассматривать как конец чрезмерного труда, однако поверить, будто Маркс предполагал социальный строй без несчастных случаев, травм и болезней, столь же трудно, как и в то, что он мог допускать отсутствие в нем смерти» [Иглтон 2017, 103]. Все же коммунизм «организует общественную жизнь так, чтобы отдельные личности могли реализовать себя в рамках и посредством самореализации других» [там же, 106].

Однако это, на наш взгляд, только одна сторона вопроса. Изобилие материальных благ (еще не факт, что оно когда-то наступит) не равнозначно изобилию как таковому. Нематериальные блага тоже могут быть ограниченными (или дефицитными). Например, неизобильно внимание⁴. Временные ресурсы, которые можно потратить на других людей, ограничены. С другой стороны, не все нематериальные блага неисключаемы, то есть не все их может потреблять кто угодно. Обратим внимание на то обстоятельство, что личность человека тоже можно представить в качестве нематериального блага. В этом случае под «личностью» мы понимаем не конкретную персону или ее индивидуальные качества, а ее образ в воображении других. В этом смысле сознательное конструирование того или иного образа (то есть своего рода «производство личности» – создание имиджа, самопиар и т.д.) нацелено на удовлетворение фундаментальной потребности в самореализации: люди буквально наслаждаются собой, если их внутреннее «я» гармонирует с внешним, социальным «я», если признание со стороны других свидетельствует о достижении соответствующего социального статуса. Как отмечает немецкий социолог Г. Франк, «внимание окружающих – самый непреодолимый из наркотиков. Его получение затмевает получение любого другого вида дохода. Вот почему слава превосходит власть и почему известность затмевает богатство» [Franck 2019, 9]. Заметим, что личность в данном понимании явля-

³ Р. Флорида определяет креаторов как тех, кто «использует цифровые технологии для создания и публикации уникального творческого контента, будь то в форме видео, фильмов, произведений искусства, музыки, дизайна, текста, игр или любых других средств массовой информации, к которым аудитория может получить доступ и на которые может реагировать». Florida R. The Rise of the Creator Economy. 2022. November. Creative Class Group. (https://creativeclass.com/reports/The_Rise_of_the_Creator_Economy.pdf).

⁴ Goldhaber M.H. The Attention Economy and the Net. 1997. First Monday. (<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/519/440/>).

ется *исключаемым* благом: обладание одним субъектом исключает доступность данного блага для других («я» есть «я», а не кто-то «другой»).

Если употребить экономические термины, в эпоху социальных сетей все чаще и чаще «производство» личности как исключаемого блага сочетается с борьбой за привлечение внимания как ограниченного ресурса. Мы наблюдаем, как буржуазная экономика, основанная на эксплуатации рабочей силы и извлечении прибавочной стоимости, постепенно разбавляется новой, постбуржуазной экономикой, в которой не обязательно кого-то эксплуатировать, чтобы стать богатым и популярным. Многочисленные знаменитости, микроселебрити, инфлюенсеры и прочие яркие персоны из социальных медиа не являются буржуа в том смысле, что их богатство и влияние⁵ (если говорить о тех, кто добился успеха) не обусловлены эксплуатацией рабочей силы. Они богаты и влиятельны прежде всего благодаря своим способностям к творчеству или эпатажу (хотя и эпатаж можно понять как своего рода «творчество»). Производя изобильные блага (музыку, видеоролики, статьи, книги и пр.), они одновременно «производят» свою «неизобильную» личность, притягивающую внимание миллионов людей. Происходит монетизация популярности, когда богатство обусловлено не столько производством как планомерным процессом, способствующим самовозрастанию стоимости, сколько долгосрочным захватом внимания публики. Популярные персоны извлекают ренту благодаря как буржуазным общественным отношениям (получая деньги за рекламу), так и отношениям небуржуазным (добровольные пожертвования (донаты), подписки на контент из желания поддержать творца или узнать подробности его/ее жизни и т.д.). Социальную страту, состоящую из таких влиятельных и богатых людей, «монетизирующих»⁶ собственную личность, можно обозначить термином *персоналиат* [Давыдов 2021].

Больше у одних, меньше у других

В соответствии с приведенным выше высказыванием Т. Иглтона, при коммунизме общественная жизнь будет организована так, чтобы отдельные личности могли реализовать себя в рамках и посредством самореализации других. Понятно, что хочет сказать Иглтон: люди в творческом (и не только) диалоге будут способствовать развитию друг друга. Однако это только одна часть большой картины. Слова Иглтона можно интерпретировать с другим акцентом: отдельные личности смогут реализовать себя в рамках и посредством самореализации других. Это вполне в духе экономики, основанной на борьбе за внимание (экономику творчества можно обозначить и как экономику внимания).

⁵ Пример: журнал Time назвал американскую певицу Тейлор Свифт «Человеком года». Свифт опередила других финалистов Time, в числе которых был российский президент Владимир Путин. Агентство Bloomberg отмечает, что только 53 концерта певицы в 2023 г. увеличили ВВП США на 4,3 млрд долл. США (состояние самой певицы оценивается в 1 млрд долл.). Только в одной из социальных сетей у нее почти 300 млн подписчиков (Волкова Ю. Тейлор Свифт стала миллиардером. 27.10.2023. РБК. (<https://www.rbc.ru/business/27/10/2023/653b8c209a794770de8e2d17>)).

⁶ Разве новые элиты экономики творчества не являются частью капиталистической коммерциализированной экономики? На наш взгляд, они часть этой экономики примерно в том же понимании, в каком возникающие буржуазные элиты в свое время были частью рентной, докапиталистической экономики. Старые и новые элиты переплетаются на уровне ценностей, представлений о достойной жизни. Например, многие буржуа, накопив капитал, вкладывали его в землю, в покупку титулов, ибо считали стиль жизни дворян-рантье наиболее достойным. Аналогичным образом и представитель персоналиата, разбогатев, может вкладывать средства в традиционные капиталистические предприятия, перенимая привычки и стиль жизни буржуазной элиты.

Если совокупное внимание людей строго ограничено, то творческий успех одних резонно рассматривать как результат игры с нулевой суммой, как одновременный проигрыш других, которым не досталось внимания. Здесь мы сталкиваемся с одним из побочных эффектов, обусловленных свойством нематериальных благ быть легкодоступными. Казалось бы, если нематериальные блага распространять бесплатно, то это прямой путь к коммунистическому изобилию. Однако молниеносное движение нематериального способствует сгущению внимания, когда публика выбирает только некоторые, «лучшие» блага, игнорируя другие. Например, нет смысла слушать исполнителя того или иного классического музыкального произведения, чей навык хоть немного хуже, чем самого лучшего, если творчество обоих доступно по щелчку компьютерной мыши. Поэтому все чаще говорят об экономике суперзвезд (или рокономике), где победитель получает все [Krueger 2019]. Исследования показывают, что в экономике творчества сверхбогатыми и сверхвлиятельными становятся не 1% на фоне 99% всех остальных, а 0,1% на фоне 99,9%. Так, в период с 1980 по 2010 г. доля доходов, заработанных 1% самых богатых американцев, увеличилась более чем вдвое – с 8 до 18% [Ярроу 2023, 214]. В экономике творчества подобная доля доходов может доставаться только 0,1% участников. Например, на музыкальной платформе Spotify на 0,1% самых популярных музыкальных композиций приходилось более 40% всех прослушиваний⁷, а на YouTube на верхние 0,4% каналов – 62% просмотров [Rieder et al. 2023].

Если капиталистическая экономика в каких-то странах еще гарантировала прожиточный минимум, то «уже не совсем капиталистическая» экономика творчества не гарантирует вообще ничего. Б. Ридер с соавторами отмечают, говоря о YouTube: «Принимая крайне неравномерное распределение просмотров в качестве показателя дохода, мы видим, что лишь небольшая часть каналов может рассчитывать на прожиточный минимум за счет доходов от рекламы. Подавляющее большинство авторов застряли на нижних ступенях того, что мы называем “кривой стремлений”, то есть возникающего распределения успеха на рынке, где большое количество участников готовы выполнять “работу надежды”» [Rieder et al. 2023, 4]. Как показал опрос 9500 авторов, проведенный в 2022 г. ресурсом Linktree, только 12% уделяющих творчеству все свое рабочее время (full time creators) зарабатывают более 50 000 долл. в год (уровень среднего класса), а 46% – менее 1000 долл.⁸ Согласно исследованию ConvertKit⁹ – маркетинговой платформы для креаторов, годовые доходы около 29% full time creators составляют менее 10 000 долл.¹⁰ По данным Р. Флориды (ноябрь 2022 г.), только чуть более 10% «творцов» зарабатывают более 100 000 долл. в год и еще около 11% получают от 50 000 до 100 000 долл. Более двух третей авторов зарабатывают менее 25 000 и более четверти – менее 1000 долл.¹¹ Опрос 689 авторов, проведенный маркетинговой платформой Mavrck в 2023 г., показал, что около 51% из них зарабатывают менее 500 долл. в месяц¹².

⁷ Music Creators' Earnings in the Digital Era. 2021. September. UK Intellectual Property Office. (https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1020133/music-creators-earnings-report.pdf).

⁸ The 2022 Creator Report. 2022. Linktree. (<https://linktr.ee/creator-report/static/Linktree-CreatorReport-2022-02f3aa05a27be6fecb3537b13d5ec9de.pdf>).

⁹ Опрошено 2704 автора на платформе.

¹⁰ State of the Creator Economy. 2022. Convert Kit. (<https://convertkit.com/reports/creator-economy-2022>).

¹¹ Florida R. The Rise of the Creator Economy. 2022. November. Creative Class Group. (https://creativeclass.com/reports/The_Rise_of_the_Creator_Economy.pdf).

¹² Bradley S., Bhattacharaya S. 1% of creators make less than \$500 per month, according to a new survey. Here were 4 other key takeaways. 21.08.2023. Business Insider. (<https://www.businessinsider.com/mavrck-data-report-compensation-creator-income-brand-deals-sponsored-content-2023-8>).

Заметим, что речь не идет о малозначимой экономической нише. Напротив, по мере автоматизации и роботизации производства, а также активного внедрения технологий искусственного интеллекта в сферу производства материальных благ экономика творчества, то есть экономика, где на первом месте стоят личность, творческая оригинальность и коммуникация, будет становится все более важной¹³. В 2023 г. мировая экономика креаторов оценивалась в 250 млрд долл.¹⁴ Причем здесь, по-видимому, имеется в виду не вся экономика творчества (она включает в себя также и несетевые шоу-бизнес, кино и т.д.), а только та, что связана с деятельностью «цифровых» творцов на сетевых платформах (блогеры, стримеры и т.д.). Для примера: стоимость некоторых крупнейших отраслей США – от коммерческих банков до супермаркетов – составляет около 700 млрд долл. каждая. Таким образом, хотя экономика «творцов» не вытеснит ни одну из ведущих отраслей в ближайшее время, ее растущий рынок – явный признак того, что она стала мейнстримом. Согласно экспертам Goldman Sachs, экономика креаторов возрастет до 480 млрд долл. к 2027 г.¹⁵ Контент, создаваемый на платформе YouTube, обеспечивает более 390 000 рабочих мест с полной занятостью и генерирует более 35 млрд долл. в ВВП США¹⁶ – это в четыре раза больше, чем занято в General Motors, крупнейшем автопроизводителе Америки.

Имея в виду столь быстрое расширение экономики творчества¹⁷, резонно предположить, что экономика в целом будет все активнее заражаться радикальным экономическим неравенством, причем такое неравенство вовсе не обусловлено собственностью на средства производства. Напротив, здесь все владеют базовыми средствами производства (видеокамеры, музыкальные инструменты и т.д.), но только у единиц получается привлечь внимание, чтобы на этом хорошо зарабатывать.

Индивидуализм

Появление и бурное развитие сети Интернет на какое-то время вдохновило футурологов и социальных мыслителей на создание утопических картин, в которых центральными фигурами выступали не отдельные индивиды-субъекты и не классы, а сетевые сообщества. Сеть виделась моделью субъективности будущего: на смену отдельным монадам придут сообщества и коллективы, обитающие в цифровой среде, но вполне способные на офлайн активность.

¹³ Сегодня часто высказывается точка зрения, согласно которой развитие генеративного ИИ – угроза для многих креативных профессий. Вполне возможно, что ИИ будет вытеснять людей, занятых нематериальным трудом, быстрее, чем тех, кто трудится руками. Однако такие оценки, на наш взгляд, сильно преувеличены. Например, в 2023 г. в США появилось не менее 200 000 «креативных» рабочих мест. Уровень безработицы среди графических дизайнеров и веб-дизайнеров остается относительно низким – 2,6% и 2,9%. Более того, имеют место прогнозы, согласно которым развитие ИИ может привести к тому, что больше людей, чем когда-либо прежде, будут заниматься творческой работой, поскольку технологии берут на себя множество рутинных и утомительных задач. McKendrick J. Generative AI As A Killer Of Creative Jobs? Hold That Thought. 23.06.2024. Forbes. (<https://www.forbes.com/sites/joemckendrick/2024/06/23/generative-ai-as-a-killer-of-creative-jobs-hold-that-thought/>).

¹⁴ По расходам на рекламу. На наш взгляд, не самый лучший способ оценить реальный объем экономики креаторов, т.к. творческие деятели в Интернете получают доходы не только от рекламы.

¹⁵ The creator economy could approach half-a-trillion dollars by 2027. 19.04.2023. Goldman Sachs. (<https://www.goldmansachs.com/intelligence/pages/the-creator-economy-could-approach-half-a-trillion-dollars-by-2027.html>).

¹⁶ Walling J. YouTube creator ecosystem supports over 390,000 full-time equivalent jobs. 16.05.2023. Business News. (<https://biz.crastr.net/youtube-creator-ecosystem-supports-over-390000-full-time-equivalent-jobs/>).

¹⁷ Creative Economy Outlook 2024. United Nations (Technical and statistical report. Geneva, 2024). (https://ipquorum.ru/upload/UNCTAD_Creative%20Economy%20Outlook_2024%20%28145%20pgs%29-hpqxDFhY.pdf).

В книге «Все страньше и страньше» историк и журналист Дж. Хиггс описывает, как «теория относительности, рок-н-ролл и научная фантастика» определили XX в., сделав его веком индивидуализма, хотя предмет его книги значительно шире. К примеру, он считает, что предпосылки индивидуализма XX в. уходят корнями в эпоху Ренессанса и Английской революции: его «пестовала эпоха Просвещения и обыгрывали такие авторы, как Франсуа Рабле и маркиз де Сад» [Хиггс 2022, 86]. Символом эпохи стал А. Кроули, написавший скандальную «Книгу закона», где утверждалось, что каждый человек, будь то мужчина или женщина, – это звезда. Другой значительной фигурой стала американская писательница А. Рэнд с ее расправившим плечи атлантом. З. Фрейд открыл богатый внутренний мир человека, его психику, в которой индивидуальное Ид противостоит порожденному обществом Супер-эго. Культура столь же стремительно индивидуализировалась. В вестернах изображали героев-одиночек, «Звездные войны» и многие другие сюжеты научной фантастики основаны на мономифе (Дж. Кэмпбелл) – архетипической истории, где герой покидает обыденный мир и направляется в область удивительного и сверхъестественного, а затем почти в одиночку одерживает решающую победу над злом. Рок-музыка пропитана лейтмотивами, в которых доминируют желания и потребности. Преобладающим лозунгом философии жизни для очень многих стала фраза «делай, что пожелаешь». Идеи нью-эйдж отрицают иерархическую духовность и выдвигают на роль духовного авторитета личность каждого человека.

Однако, по мнению Хиггса, на рубеже XX–XXI вв. наблюдаются обратные процессы. Хиггс считает, что индивидуалистическое XX столетие было переходным периодом, полным буйства, свободы и неразберихи. XXI век, по его мнению, станет веком ответственности. Мир сетей вытесняет мир индивидов. В Интернете люди уже не могут надеяться, что сумеют избежать ответственности, поскольку цифровые следы становятся все труднее замечать. Сеть запускает циклы обратной связи: если человек причиняет кому-то вред, то это почти сразу становится общеизвестным. Примечательны намеки Хиггса на посткапитализм. Он отмечает, что в мире сетей деньги утрачивают привилегированное значение: «Деньги – лишь одна из материй, которые мы создаем своими умениями и трудом, наряду со связями, влиянием и репутацией» [Хиггс 2022, 320]. Возрастает значение социальных связей, выстроить которые в интернете гораздо проще, чем в офлайне. «Сеть, – подытоживает Хиггс, – это божество без головы. Это общность» [там же, 328].

Вместе с тем есть основания полагать, что реальные тенденции полностью противоположны прогнозу Хиггса. Современное западное общество становится одним большим Эсаленом¹⁸, состоящим из людей, озабоченных поиском аутентичного «я», некоего личностного «чистого божественного центра». Мир Интернета и экономики творчества – это мир еще большего индивидуализма. Британский писатель У. Сторр пишет: «В декабре 2006 года <...> “Ты” стал человеком года по версии журнала Time. Через две недели Стив Джобс представил миру iPhone. С 2006 по 2008 год пользовательская база Facebook¹⁹ выросла с 12 млн до 150 млн. За 2007–2008 годы количество сообщений в Twitter выросло с 400 000 в квартал до 100 млн. Наступило время “Ты”. А чтобы уживаться и преуспевать на этой новой “Ты”-арене, ты должен стать лучше, чем все другие “Ты” вокруг. Ты дол-

¹⁸ Институт Эсален – поселение-коммуна в Биг-Суре на побережье Калифорнии, основанное в 1962 г. и действующее до сих пор. Основатели института – американские психологи М. Мерфи и Р. Прайс – были последователями «Движения за развитие человеческого потенциала». Идеология движения основана на концепциях персонального роста и реализации экстраординарных потенциальных возможностей, имеющихся и нераскрытых во всех людях.

¹⁹ Соцсеть принадлежит компании Meta, которая в РФ признана экстремистской.

жен стать интереснее, оригинальнее, красивее, иметь больше друзей, писать более остроумные посты, высказываться благонравнее и при этом выглядеть стильно, находиться в популярных местах и есть на завтрак полезную, вкусную и удачно освещенную еду» [Stopp 2019, 302–303].

Если есть то, чем можно обладать, исключая других (личность), а также то, что можно присваивать и максимизировать (внимание), значит, есть и соответствующие индивидуалистические модели субъективности. И теперь речь может идти о чем-то вроде супериндивидуализма, так как все материальные препятствия, мешающие тому, чтобы «я» стало главной целью и заботой, исчезают. В реалиях буржуазных общественных отношений индивидуализм порождает потребление материальных благ, подчеркивающих высокий статус – богатство, власть, следование «последнему писку» моды и т.д. Материальные блага выступали посредниками: социальное окружение обращало внимание прежде всего на предметы (дорогие автомобили, часы, роскошные дома) и только во вторую очередь – на людей, которым все это принадлежало. Более того, дорогие атрибуты обычно были товарами массового (или неединичного) производства. Статус подчеркивала принадлежность к легко определяемой категории владельцев или даже своего рода «членство» в потребительском сообществе, пусть подчас и чисто виртуальном: обладатели двух автомобилей на семью, владельцы машин марки Range Rover или часов Rolex, пользователи техники бренда Apple и т.д. Подобные потребительские квазисообщества иногда превращались во вполне реальные и чуть ли не религиозные (вспоминаются «войны» между пользователями телефонов iPhone и любителями смартфонов на операционной системе Android).

В экономике творчества индивидуальность может быть подчеркнута без материальных посредников – через творческое самовыражение. «Я» само по себе заключает творческий потенциал и привлекательность. Оно одновременно и ресурс, и благо. Высокий социальный статус популярного творческого деятеля (хотя здесь все относительно – нужно учитывать, для кого этот статус высок) обусловлен его исключительностью, непохожестью на других, способностью выделяться на фоне конкурентов, стремящихся к той же цели. Все это формирует благоприятную среду для нарциссической заикленности на себе (отсюда популярность селфи – навязчивого фотографирования самого себя). Примечательно, что здесь речь уже идет не только о персонализме как страте популярными медийных деятелей, монетизирующих свою личность, но о том, что почти каждый становится креатором в социальных сетях, ведя повседневные дневники, публикуя подробности личной жизни, излагая свои мысли и т.д. с одной целью – получить дополнительную порцию удовольствия от внимания («охота за лайками»). Как заметил французский философ Э. Саден, «мы имеем дело с радикальными феноменами приватизации, то есть состояниями, в которых никто уже не может видеть и слышать другого или быть увиденным и услышанным. Каждый загнан теперь в свою субъективность как в изолятор» [Саден 2023, 150].

Ставка на «самого себя» в экономике творчества обычно довольно высока. Неспособность привлечь к себе внимание или негативный опыт взаимодействия с другими людьми в соцсетях (игнорирование, травля, шейминг и т.д.) могут повлечь за собой множество плохих сценариев – от зависти, ощущения безнадежности, депрессии до самоубийства. Больше нет референтной группы, на которую можно перевести часть ответственности за собственные неудачи. Центры по контролю и профилактике заболеваний (CDC) недавно опубликовали исследование²⁰ рискованного поведения молодежи в США. В нем представ-

²⁰ The Youth Risk Behavior Survey Data Summary & Trends Report: 2011–2021. 2023. Centers for Disease Control and Prevention's (CDC) Division of Adolescent and School Health (DASH). (https://www.cdc.gov/healthyyouth/data/yrbs/pdf/YRBS_Data-Summary-Trends_Report2023_508.pdf).

лены сведения о здоровье и действиях американских старшеклассников в период с 2011 по 2021 г. Одно из заметных и тревожных наблюдений – резкий рост доли девочек-подростков с суицидальными мыслями: 30% опрошенных девочек-подростков серьезно задумывались о попытке самоубийства в течение последнего года (19% в 2011 г.). Среди причин негативной динамики названо стремительное развитие социальных сетей, в которых распространены практики социального сравнения. «Необходимость поддерживать общественный имидж, справляться с критикой и оправдывать ожидания аудитории может отрицательно сказаться на благополучии, – отмечает психиатр Э. Монастиерио. – Подобно музыкантам, сталкивающимся с психологическими проблемами, когда они находятся в центре внимания, активные пользователи соцсетей должны уделять приоритетное внимание своему психическому здоровью»²¹.

Самая главная проблема состоит в том, что экономика, ориентированная на творческую самореализацию максимального количества людей, способна, скорее, разъединять общество, нежели сплачивать его. Как отметил бывший главный редактор журнала «People» Л. Джонс, культура Америки стала культурой фанатов и фолловеров, в которой каждый мечтает получить свои 15 минут славы [Jones 2023]. Людей все больше заботит их собственное «я», а не долг перед другими людьми или искреннее желание им помочь.

Новые общественные отношения или эпифеномены капитализма?

Как левая политическая теория должна реагировать на описанные выше процессы? Самый простой способ – представить их в качестве эпифеноменов капитализма. Так, по одной из версий, креаторы – это класс, эксплуатируемый новыми платформенными капиталистами, как о том пишут К. Доктороу и Р. Гиблин [Doctorow, Giblin 2022], или технофеодалами («клаудалами», от англ. cloud – облако) в терминологии Я. Варуфакиса [Varoufakis 2024]. Они якобы находятся в крайне невыгодном положении, получают за свою работу слишком мало или вовсе выступают в роли бесплатной рабочей силы. Однако подобные концепции обычно преувеличивают власть платформ и преуменьшают влияние и доходы блогеров и инфлюенсеров, чья аудитория составляет подчас многие миллионы подписчиков. Доктороу и Гиблин рассматривают в качестве фактора классовой асимметрии исключительно условия, которые диктуют платформы, игнорируя тот факт, что рекламодатели сегодня все чаще обращаются к онлайн-творцам напрямую. Не учитывают они и возросшее значение пожертвований, а также других источников доходов успешных «обладателей внимания» (от мерчендайза и выпуска собственных линий косметики до концертной деятельности). Об огромном влиянии популярных персон свидетельствуют случаи, подобные тому, что произошел перед крахом платформы небольших видео Vine: несколько влиятельных блогеров ушли с нее, что оказалось фатальной потерей для платформы [Lorenz 2023].

Однако важнее другое. Преувеличивая власть платформ и их антагонистичность по отношению к рядовым творцам, теоретики склонны предлагать решения, которые только усугубляют проблемы самых бедных или начинающих авторов. Так, К. Доктороу известен своей неприязнью к «монополистической» или «монополистической» власти интернет-платформ [Doctorow 2023]. Между тем разделение платформ²² означает риск сокращения

²¹ Mayer B.A. More Than Half of Gen-Z Interested in Careers as Social Media Influencers. 10.10.2023. Mindpath Health. (<https://www.mindpath.com/resource/more-than-half-of-gen-z-interested-in-careers-as-social-media-influencers/>).

²² Даже в рамках «технологической совместимости», так как задача обеспечения свободного перехода от одной онлайн-платформы к другой видится крайне сложной с технической точки зрения.

аудитории, рассеивания общественного внимания, что вряд ли можно считать благом для тех, кто хочет, чтобы его хоть кто-то услышал или заметил. Вред, наносимый из благих побуждений, может иметь место при попытках ввести минимальную оплату труда творцов, например систему обязательных подписок на контент («пенни за вашу мысль» у Я. Варуфакиса [Varoufakis 2024]). Платное потребление онлайн-контента, скорее всего, лишь оттолкнет аудиторию от наименее популярных и скромных авторов – подавляющее большинство захочет платить только за лучшие, с их точки зрения, предложения. Вряд ли подписочная модель, внедренная в обязательном порядке в интернет-платформы, позволит обеспечить минимальный доход всем многочисленным «творцам» (сравнение с сервисами потокового видео вроде Netflix здесь некорректно, т.к. на небольшое количество киностудий работает относительно немного профессионалов). Во всяком случае, как уже было отмечено, основной доход интернет-создателей сегодня поступает вовсе не от платформ как таковых.

В других левого толка исследованиях внимание сосредоточено на индивидуализме, самоэксплуатации и коммерческой логике творческого труда в эпоху позднего капитализма. Здесь, напротив, уже само индивидуальное творчество предстает как нечто продлевающее жизнь «вечному» капитализму. По сути, левая теория сближается с теориями заговора, в рамках которых всесильная буржуазная система программирует сознание людей. Конкурентная борьба за самореализацию в сети рассматривается как способствующая выгоранию. Известный немецкий философ корейского происхождения Б.-Ч. Хан в связи с этим говорит об «обществе достижений», в котором «позднесовременное Animal laborans чуть ли не надрывается от своего эго» [Хан 2023, 83]. Далее следуют нравоучения – опасное явление, известное авторитарными попытками отделить «истинное» бытие от «неистинного», якобы поглощенного «внешними» целями. Читателю предлагают или некий набор «правильных», очищенных от «превратных рыночных форм» социалистических/коммунистических ценностей [Бузгалин, Колганов 2022], либо что-то вроде созерцательного эскапизма, нацеленного на спокойное существование, свободное от конкурентной борьбы (эта идея близка Б.-Ч. Хану [Хан 2024]).

На наш взгляд, справедлива иная точка зрения. Возможно, борьба за творческую самореализацию в сети – это не только проявление фундаментальной потребности человека в реализации своих творческих сил, в овеществлении своей личности, в обретении смысла жизни путем активной жизни среди себе подобных. Как уже отмечалось, коммерческий интерес далеко не самый главный для креаторов, что подтверждают социологические исследования. Опрос молодых творцов, проведенный Morning Consult (2021), показал, что для них важны неденежные факторы, в том числе: возможность изменить мир к лучшему (58% представителей поколения Z²³ и 48% миллениалов); гибкий график работы (55 и 60% соответственно); возможность весело проводить время (51 и 48%); возможность выполнять интересную работу (50 и 45%). Лишь 50% представителей поколения Z отнесли деньги к категории «важное» (58% миллениалов)²⁴. Исследование Adobe²⁵ (2022) выявило похожую картину: большая доля творцов в возрасте 18+ назвала в качестве своих главных мотивов самовыражение (48%), веселье (43%), страсть (40%) и вызов (34%),

²³ Термин, применяемый в мире для обозначения поколения людей, родившихся примерно с 1997 по 2012 год.

²⁴ Influencer Engagement Report. 2021. Morning Consult. 2021. (<https://morningconsult.com/influencer-report-engaging-gen-z-and-millennials/>).

²⁵ N= 4535, 15-минутный анкетный опрос. Вопрос: Что мотивировало вас начать заниматься творческой деятельностью и начать создавать контент в социальных медиа?

20% заявили, что ими в первую очередь движет желание решать социальные проблемы, и только 26% указали на деньги²⁶.

Соответственно, вместо того чтобы брать на себя ответственность за правильные ценности и образ жизни, можно выступать за расширение имеющихся возможностей продуктивной жизни, не считая экономику творчества исключительно зоной влияния неолиберализма или «вечного» капитализма, а задумываясь над тем, как сделать так, чтобы максимальное количество людей получило свою долю общественного внимания, имело возможность проявить себя. Конечно, левая теория и практика рождается не там, где на переднем плане амбициозное «я», а там, где люди отодвигают свое «эго» на задний план, ставя в приоритет заботу о других, хотя одно не обязательно мешает другому. Государство должно предоставить возможности тем, кто желает стать кем-то не только на пути индивидуального творчества, но и благодаря свершениям вместе с другими. В мире огромное количество проблем (от голода до болезней и смерти), решение которых требует самоотверженного труда, как бы анонимного²⁷, но при этом общественно значимого. Он дает ощущение принадлежности к большому Человечеству, устремленному к возвышенному, в каком-то смысле трансцендентному будущему.

Вероятно, левым теоретикам не следует решать за других, как им жить. Царство свободы возникает там, где расширяются горизонты выбора для огромных масс свободных людей, ищущих свое предназначение и смысл жизни как в индивидуальном творчестве, так и в самоотверженной заботе о других.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- Бенанав А. (2022) Автоматизация и будущее работы. М.: Издательство института Гайдара. 208 с.
Benanav A. (2022) *Avtomatizatsiia i budushchee raboty* [Automation and the Future of Work]. Moscow: Izdatel'stvo instituta Gaidara. 208 p. (In Russ.)
- Бузгалин А.В. (2017) Креативная экономика: частная интеллектуальная собственность или собственность каждого на все? // Социологические исследования. № 7. С. 43–53.
<https://doi.org/10.7868/S0132162517070054>
- Buzgalin A.V. (2017) Creative economy: private intellectual property or ownership by everybody of everything. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 7, pp. 43–53. <https://doi.org/10.7868/S0132162517070054> (In Russ.)
- Бузгалин А.В., Колганов А.И. (2022) Капитализм, посткапитализм и креативная революция (критические размышления о статье Д.А. Давыдова) // Социологические исследования. № 9. С. 100–109.
<https://doi.org/10.31857/S013216250021070-0>
- Buzgalin A.V., Kolganov A.I. (2022) Capitalism, Post-Capitalism and the Creative Revolution (critical reflections on the article by D.A. Davydov). *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 9, pp. 100–109.
<https://doi.org/10.31857/S013216250021070-0> (In Russ.)
- Ван Парайс Ф., Вандерборхт Я. (2020) Базовый доход. Радикальный проект для свободного общества и здоровой экономики. М.: ВШЭ. 440 с.
- Van Parijs P., Vanderborght Y. (2020) *Bazovyi dokhod. Radikal'nyi projekt dlia svobodnogo obshchestva i zdorovoi ekonomiki* [Basic Income: A Radical Proposal for a Free Society and a Sane Economy]. Moscow: HSE 440 p. (In Russ.)

²⁶ Creators in the creator economy. 2022. Adobe. (https://s23.q4cdn.com/979560357/files/Adobe-'Future-of-Creativity'-Study_Creators-in-the-Creator-Economy.pdf).

²⁷ Знаменитостью благодаря ему, скорее всего, не станешь.

- Горц А. (2010) Нематериальное. Знание, стоимость и капитал. М.: ВШЭ. 208 с.
- Gorz A. (2010) *Nematerial'noe. Znanie, stoimost' i kapital* [The Immaterial: Knowledge, Value and Capital]. Moscow: HSE. 208 p. (In Russ.)
- Давыдов Д.А. (2021) Посткапитализм и рождение персоналиата. М.: Рипол. 336 с.
- Davydov D.A. (2021) *Postkapitalizm i rozhdenie personaliata* [Postcapitalism and the Birth of the Personaliat]. Moscow: Ripol. 336 p. (In Russ.)
- Иглтон Т. (2017) Почему Маркс был прав. М.: Карьера Пресс. 288 с.
- Eagleton T. (2017) *Pochemu Marks byl prav* [Why Marx Was Right]. Moscow: Kar'era Press. 288 p. (In Russ.)
- Кинг Б., Пэтти Р. (2022) Техносоциализм. Как неравенство, искусственный интеллект и климатические изменения создают новый миропорядок. М.: Олимп-Пресс. 478 с.
- King B., Petty R. (2022) *Tekhnosotsializm. Kakneravenstvo, iskusstvennyi intellect i klimaticheskie izmeneniia sozdaiut novyi miroporiadok* [The Rise of Technosocialism. How Inequality, AI and Climate will Usher in a New World]. Moscow: Oлимп-Press. 478 p. (In Russ.)
- Мейсон П. (2016) Посткапитализм. Путеводитель по нашему будущему. М.: Ад Маргинем. 416 с.
- Mason P. (2016) *Postkapitalizm. Putevoditel' po nasemu budushchemu*. [Postcapitalism: A Guide to Our Future]. Moscow: Ad Marginem. 416 p. (In Russ.)
- Саден Э. (2023) Тирания Я. Конец свободного мира. М.: Издательство Ивана Лимбаха. 336 с.
- Sadin E. (2023) *Tiraniia Ia. Konets svobodnogo mira* [In the Era of the Tyrant Individual. The End of a Common World]. Moscow: Izdatel'stvo Ivana Limbakha. 336 p. (In Russ.)
- Сторр У. (2019) Селфи. Почему мы заиклены на себе и как это на нас влияет. М.: Individuum. 408 с.
- Storr W. (2019) *Selfi. Pochemu my zatsikleny na sebe i kak eto na nas vliiaet* [Selfie. How we Became So Self-Obsessed and What It's Doing to Us]. Moscow: Individuum. 408 p.
- Хан Б.-Ч. (2023) Общество усталости. М.: АСТ. 160 с.
- Han B.-C. (2023) *Obshchestvo ustalosti* [The Burnout Society]. Moscow: AST. 160 p. (In Russ.)
- Хан Б.-Ч. (2024) Кризис повествования. Как неолиберализм превратился в сторителлинг. М.: АСТ. 160 с.
- Han B.-C. (2024) *Krizis povestvovaniia. Kak neoliberalism prevratilsia v storitelling* [The Crisis of Narration: How Neoliberalism Became a Storytelling]. Moscow: AST. 160 p. (In Russ.)
- Хиггс Дж. (2022) Все страньше и страньше. М.: Individuum. 352 с.
- Higgs J. (2022) *Vse stran'she i stran'she* [Stranger Than We Can Imagine: Making Sense of the Twentieth Century]. Moscow: Individuum. 352 p. (In Russ.)
- Ярроу Э. (2023) Соединенные Штаты Америки // Вестник международных организаций. Соединенные Штаты Америки. Т. 8. № 3. С. 212–218.
- Yarrow A. (2023) Soedinennye Shtaty Ameriki [USA]. *Vestnik mezhdunarodnykh organizatsii. Soedinennye Shtaty Ameriki*, no. 3, pp. 212–218.
- Bastani A. (2019) *Fully Automated Luxury Communism*. New York: Verso. 288 p.
- Collins P.H. (2019) *Intersectionality as Critical Social Theory*. Durham: Duke University Press. 376 p.
- Doctorow C. (2023) *The Internet Con: How to Seize the Means of Computation*. New York: Verso. 192 p.
- Doctorow C., Giblin R. (2022) *Chokepoint Capitalism: How Big Tech and Big Content Captured Creative Labor Markets and How We'll Win Them Back*. New York: Beacon Press. 312 p.
- Franck G. (2019) The economy of attention. *Journal of Sociology*, no. 55(1), pp. 8–19.
<https://doi.org/10.1177/1440783318811778>
- Jones L. (2023) *Celebrity Nation: How America Evolved into a Culture of Fans and Followers*. Boston: Beacon Press. 216 p.

Krueger A.B. (2019) *Rockonomics: A Backstage Tour of What the Music Industry Can Teach Us about Economics and Life*. New York: Currency Press. 336 p.

Lorenz T. (2023) *Extremely Online: The Untold Story of Fame, Influence, and Power on the Internet*. New York: Simon & Schuster. 384 p.

Paxton S. (2022) *How Capitalism Ends: History, Ideology and Progress*. London: Zero Books. 246 p.

Rieder B. et al. (2023) Making a Living in the Creator Economy: A Large-Scale Study of Linking on YouTube. *Social Media + Society*, no. 9 (2), pp. 1–10. <https://doi.org/10.1177/20563051231180628>

Robinson N.J. (2019) *Why You Should Be a Socialist*. New York: All Points Books. 336 p.

Varoufakis Ya. (2024) *Technofeudalism: What Killed Capitalism*. New York: Melville House. 304 p.

Информация об авторе

Давыдов Дмитрий Александрович, кандидат политических наук, старший научный сотрудник отдела философии Института философии и права УрО РАН. Адрес: 620990, Россия, Екатеринбург, ул. Софьи Ковалевской, 16. E-mail: davydovdmitriy90@gmail.com

About the author

Dmitriy A. Davydov, Candidate of Sciences (Political Science), Senior Research Fellow, Department of Philosophy, Institute of Philosophy and Law (Ural Branch of RAS). Address: 620990, 16, Sofia Kovalevskaya st., Ekaterinburg, Russia. E-mail: davydovdmitriy90@gmail.com

Статья поступила в редакцию / Received: 21.05.2024

Статья поступила после рецензирования и доработки / Revised: 27.02.2025

Статья принята к публикации / Accepted: 15.03.2025