

# Революция личности

## Часть 2. Господствующий персоналиат

© Давыдов Д. А.

© Davydov D.

### Революция личности. Часть 2. Господствующий персоналиат

#### The revolution of personality. Part 2. Dominant personalities

**Аннотация.** Показано, что основным дефицитным ресурсом посткапиталистического общества становится внимание, за которое ведется конкурентная борьба. Формируется новая социальная иерархия, на вершине которой располагаются влиятельные знаменитости и социально-медийные персоны. Вместе с тем подчеркивается противоречивый характер революции личности и нового «синтеза элит».

**Annotation.** It is noted that the main scarce resource of post-capitalist society is attention, for which a competitive struggle is waged. A new social hierarchy is being formed, at the top of which are influential celebrities and social media personalities. At the same time, the contradictory nature of the revolution of personality and the new “synthesis of elites” is emphasized.

**Ключевые слова.** Личность, персоналиат, посткапитализм, социальная революция, марксизм, классовая борьба, политические элиты, способ производства, общественная формация.

**Key words.** Personality, the personaliat, post-capitalism, social revolution, Marxism, class struggle, political elites, mode of production, socio-economic formation.

**М**ногое из того, что характеризовало предыдущие большие общественные трансформации, актуально и для современного движения к посткапитализму. Поскольку мы еще очень далеки от всеобщего изобилия, от преодоления вообще всех форм отчуждения [7], многие современные явления и процессы, как будет видно далее, сильно напоминают предыдущие социальные революции. Необходимо сместить исследовательский фокус: новая общественная формация складывается отнюдь не благодаря «низовой» борьбе эксплуатируемых, отчужденных или обездоленных. Сегодня наблюдается очередной революционный сдвиг, связанный с появлением новых источников потребительных ценностей, новых форм господства и престижа; а потому куда интереснее наблюдать за тем, что происходит среди элит, а также в тех местах, где новые общественные отношения зачастую переплетены со старыми, где идет вызревание нового мира, в котором господствует *персоналиат*.

Окончание. Начало см. Свободная Мысль. 2020. № 5.

ДАВЫДОВ Дмитрий Александрович — научный сотрудник Института философии и права УрО РАН, кандидат политических наук.

## Почему посткапитализм?

Перед тем как говорить о *посткапитализме*, стоит прояснить, что считать *капитализмом*. Возьмем за основу определение из Большой советской энциклопедии: капитализм — «общественно-экономическая формация, основанная на частной собственности на средства производства и эксплуатации наемного труда капиталом... Основные признаки.: господство товарно-денежных отношений и частной собственности на средства производства, наличие развитого общественного разделения труда, рост обобществления производства, превращение рабочей силы в товар, эксплуатация наемных рабочих капиталистами» [13]. Как правило, в этом определении принято подчеркивать такие моменты, как «частная собственность на средства производства» или «господство товарно-денежных отношений».

Однако, на мой взгляд, эти черты не являются *сущностными*. В СССР была произведена попытка избавиться от частной собственности на средства производства и господства товарно-денежных отношений, но это привело к превращению государства в одного большого *капиталиста*. Куда точнее раскрывают сущность капитализма такие его характеристики, как развитое общественное разделение *труда*, развитое обобществление производства (понимаемого как производство *материальное*) и превращение *рабочей силы* в товар.

Если сравнивать капитализм с предшествующими общественными формациями, то только в капиталистическую эпоху труд как *физическая, телесная активность* становится главным источником потребительных ценностей (т. е. благ, способных удовлетворять те или иные потребности). До этого, какой бы утомительной ни была работа крестьян и ремесленников, основное богатство рождала земля. Роль человека заключалась в своевременном *управлении* природными процессами [8]. Такая ситуация обуславливала второстепенную общественную роль конкретных производителей (остававшихся «придатком земли»), от примитивного труда которых мало что зависело. В капиталистическом обществе все кардинально меняется. Сам *труд* становится главным источником потребительных ценностей. Какими бы изощренными ни становились технические приспособления и машины, в капиталистическую эпоху труд находится в центре экономической жизни: его совершенствуют, создают для него комфортные условия, пытаются «научно» к нему подойти, его в конце концов эксплуатируют и «выжимают» из него (вернее, из *рабочей силы*) прибавочную стоимость.

Но что такое труд? Здесь под трудом предлагается понимать именно *физическое, материальное* преобразование мира, в котором ключевым «передаточным звеном» является человеческое тело (его мускульная сила, ловкость и т. п.). Таким образом, *главной чертой капитализма стоит считать не столько рынок или преобладание частной собственности, сколько саму материальность, механичность «трудового» производства*. Это ведет к выстраиванию специфических производственных отношений, а именно — системы конкурентной борьбы

за наиболее *эффективное*, т. е. тщательно спланированное и продуманное совмещение труда и технических приспособлений.

Вся система капиталистической экономики построена на принципах всеохватной рационализации и «калькулируемости» практически каждого действия в сложных производственных и торговых цепочках, что оказывается возможным как раз ввиду «механической» природы труда и материального производства. Отсюда «математичность» рыночной экономики, связанная с деньгами как *мерой стоимости*. Капитализм — это система, где все выражается в цифрах (ценах, курсах валют и т. п.), где все можно «купить за деньги». Там же, где все поддается рационализации, алгоритмизации и т. п., неизбежны особые формы власти, которая приобретает «телесную» направленность: непосредственных производителей уже недостаточно поселить на определенном участке земли, чтобы потом просто «пассивно» собирать ренту. Рабочая сила, с одной стороны, становится весомым инструментом сопротивления и «низового» шантажа (к примеру, угрозы со стороны рабочих остановить производство), но, с другой стороны, она систематически подвергается муштровке с целью максимально эффективного инкорпорирования в производственную машину. Человек помещается туда в качестве полностью утратившего трудовую самостоятельность *составного элемента*, «придатка» с четко определенным и предельно рационализированным функционалом.

Когда наступает конец капитализма? Есть все основания полагать, что капитализм уже сегодня постепенно «завершается» вместе с изменением ключевого источника потребительных ценностей. Материальный труд вытесняется «нематериальным» *творчеством*. Последнее, становясь главным фактором производства, радикально меняет производственные отношения.

При этом речь идет не столько о революционной «встряске», сколько о постепенных мутациях самого капитализма, который становится все менее «капиталистичным». Как было подчеркнuto в первой части статьи, ростки будущего появляются на удобренной почве прошлого. К примеру, Маурицио Лаццарато замечает, что в рамках так называемого «когнитивного капитализма» фирма уже не столько *производит*, удовлетворяя *спрос*, сколько *создает миры* как своеобразные «символические универсумы». Капитализм из способа производства превращается в *производство способов* [15. С. 169–170]. Люди, занятые рекламой, стайлингом, дизайном, оказываются *творческими личностями*, труд которых уже невозможно *измерить* и *подчинить* «калькулируемым» процессам, как это было в эпоху фордизма. Скорее такой труд становится активностью *множеств*, включающих в себя не только сотрудников фирм, но и самих потребителей, их жизнь, их бытие и со-бытие с остальными.

Еще один драйвер развития «когнитивного капитализма» — «производство» знаний. Но сами знания и процессы их «производства» чужды капиталистической экономике, основанной на извлечении прибавочной стоимости [5]. Знание, как и любой творческий продукт, невозможно *произвести*, совершив измеримые телесные усилия. Творческая

деятельность осуществляется не отдельными телами, физическими (или материальными) объектами, которые можно подчинить или контролировать, а скорее сознанием или сознаниями. Самым эффективным «творцом» оказывается не отдельный человек, а само общество, рождающее из своих «недр» новые идеи самым непредсказуемым образом. А потому, как отмечает Лаццарато, кооперация в «когнитивном капитализме» (речь конкретно идет о компьютерных программах) уже «не нуждается в предприятии и самом капиталисте, как это было в экономике Маркса и Смита. Напротив, она зависит от развития и распространения научных знаний, технологических механизмов и коммуникационных сетей, образовательных систем, здравоохранения и прочих институтов, обслуживающих население. Способность создания и осуществления кооперации зависит, таким образом, от наличия этих публичных (коллективных, общественных) благ и от доступа к ним. Создание программ всегда осуществляется благодаря совместной работе множества умов, компетенций, эмоций, циркулирующих в сети, которая есть не что иное, как гетерогенное сцепление всевозможных сингулярностей, потоков и множеств (как это хорошо видно на примере информатиков, разрабатывающих свободные программы)» [15. С. 180–181].

Колоссальные прибыли высокотехнологичных предприятий сегодня, в сущности, уже не являются «извлеченной» прибавочной стоимостью как неоплаченным *трудом* наемных работников, т. к. богатство все реже создается действиями, которые можно «измерить» человеко-днями или человеко-часами. Эти прибыли превращаются в ренту [25], извлекаемую путем «огораживаний» — установления прав собственности на результаты творческой деятельности (на информацию или технологии) [49]. Поэтому, согласно Энцо Руллани, налицо очевидное «несоответствие» (внутреннее противоречие) «когнитивного капитализма»: «стоимость, которую можно извлечь из произведенных знаний, не максимизирована, поскольку их распространение остается ниже потенциально возможного» [22. С. 68]. Иными словами, результаты творческой деятельности оказываются настоящими *общественными благами*, «производство» которых обусловлено преимущественно *общественной инфраструктурой*. От «когнитивного коммунизма» «когнитивный капитализм» отличается лишь то, что по своей сути он уже и не капитализм вовсе, а скорее *неофеодализм* [10].

Таким образом, происходит то же, что и раньше при социальных революциях: фундаментальные изменения начинаются не у подножия, а на вершине социальной пирамиды. Капитализм сам приходит к самоотрицанию. Но что следует после?

## Почему личность?

В попытках превратить дискурс «о когнитивном капитализме» в дискурс «о посткапитализме» заключена одна уязвимость. Исследователи

склонны идти по стопам классиков марксизма и анархизма, полагавших, что за капитализмом следует эпоха изобилия, когда не будет больше поводов для *отчуждения* и борьбы людей друг с другом. Поэтому они возвращаются к дискурсу «о вечных машинах»<sup>1</sup> [17. С. 120—127], который был начат еще Марксом: экономика знаний подстегнет повсеместную автоматизацию и роботизацию производства, а частная интеллектуальная собственность будет замещена собственностью каждого на все [3]. Производство знаний — это, в сущности, производство *общественных благ*, т. к. знания потенциально общедоступны. Проблема заключается в том, что потенциальное достижение изобилия в одной области при таком подходе видится как достижение изобилия *вообще*.

Проблемы начинаются, когда формулируются гипотезы о процессе перехода к посткапиталистическому обществу. В моду вошли рассуждения о спонтанно возникающих сетях, сборках, *множествах* [28]. Новое общество рождается якобы в освободительной борьбе спонтанно возникающих сообществ, в никем особо не контролируемой творческой деятельности. Эти множества представляют собой чистое *добро*, т. к. являются воплощением продуктивной *свободы*.

Речь вновь заходит о реалиях когнитивного капитализма. Поскольку в постфордистской экономике растет доля «социального» труда, то стирается грань между *трудом* и *политикой*. Там, где раньше висели таблички «Тишина. Здесь работают», сегодня скорее могли бы появиться надписи в духе «Здесь работают. Говорите». Но там, где позволено говорить, есть и *личности*, представленные *публике*. «Современное производство, — пишет Паоло Вирно, — становится “виртуозным” (а следовательно, политическим) потому, что включает в себя лингвистический опыт как таковой. Если это так, то “матрица” постфордизма будет обнаруживаться в тех промышленных секторах, где присутствует “производство коммуникации посредством коммуникации”. А именно в культурной индустрии» [4. С. 60]. *Творческая личность* при этом воспринимается как то, что несет обществу своеобразное «моральное очищение», — ведь ей нечего присваивать и делить. Личности объединяются в *множества*, чтобы стать «гражданами мира» во имя всеобщего *обновления*: «многие в качестве многих — это те, кто разделяет невозможность “ощущать себя в собственном доме” и фактически помещает этот мир в центр собственной политической и социальной практики» [4. С. 28].

Весь этот дискурс находится в плоскости чистого морализаторства. Когда мы пытаемся отойти от постмодернистского языка, в котором реальность покрывается толстым слоем метафор («сборки», «множества» и т. п.), то сталкиваемся с куда более сложными и неоднозначными явлениями.

<sup>1</sup> Критику этого дискурса см. в статье Л. Фишмана [24].

## Почему антагонистическая общественная формация?

Упущение большинства левых теоретиков заключалось в разделяемом ими убеждении, что именно дефицит материальных благ заставляет людей ожесточенно *конкурировать*. Если, дескать, обеспечить всех жизненно необходимыми благами, то «звериная» конкуренция постепенно будет исчезать, а на смену ей придут кооперация, дружба, сотрудничество ради *общего дела* (разумеется, при условии поддержания соответствующих ценностей, коммунистической идеологии и т. п.). Но такая оптика не позволяет увидеть, что не только материальные блага могут подталкивать к конкуренции и даже *вражде*. В конце концов, на вершине «пирамиды потребностей» А. Маслоу находится *самореализация*, а не удовлетворение примитивных телесных потребностей (пусть даже это приносит безмерное удовольствие).

Для многих *быть личностью*, быть в *центре внимания*, *обладать именем* — куда более соблазнительная перспектива, чем (только лишь) огромный дом, дорогая машина и внушительные суммы на банковских счетах. Утописты, рассуждающие о «когнитивном капитализме», считают, что «нематериальное производство» — это уже коммунистическое по духу производство знаний или, допустим, произведений искусства как общественных благ. Но этим «нематериальное производство» не исчерпывается. «Нематериально» также *производство личности*. Всякий раз, когда мы пытаемся предстать в выгодном свете, стараемся достичь чего-то, надеясь остаться в памяти у потомков, или попросту стремимся выглядеть в глазах окружающих приятно, мы занимаемся «производством» личности. Наша личность как социальное явление<sup>2</sup> — это проекция «нас» в сознании других, *владение вниманием других людей*. Собственно говоря, производство личности — это и есть создание целостного образа «себя» и его «продвижение».

**NB!** Производство личности нематериально, т. к. даже если такое производство осуществляется с помощью предметно-материальной деятельности или *благодаря* материальным предметам (дорогая одежда и т. п.), то сама личность оказывается нематериальной (как часть коллективного воображаемого). В конце концов личность — это

<sup>2</sup> Слово «личность» в русском языке имеет три значения: просто отдельный индивид; совокупность социально значимых черт человека; уникальные качества того или иного человека, выделяющие его на фоне остальных. В настоящей статье в зависимости от контекста данное слово употребляется в разных значениях. Однако акцент ставится на понимании личности не просто как уникальности (в некотором смысле все мы уникальны), а на *социально признаваемой уникальности* (или «*исключительности*», «*избранности*»). При такой трактовке личность оказывается не тем, что характеризует каждого, но, скорее, своего рода *ресурсом*, которым можно обладать «в той или иной степени» (или вообще не обладать). Поскольку социальное признание подразумевает *внимание* со стороны остальных людей, то и «масштаб личности» зависит от способности определенного человека овладеть общественным вниманием. Поэтому я далее и использую такие неоднозначные формулировки, как «люди, обладающие личностью», и «люди, личностью не обладающие», — чтобы подчеркнуть тенденцию к разделению общества на две страты: персоналиат и имперсоналиат (см. ниже).

не просто проекция материального, а проекция *выдающегося* материального, сама *творческая компоновка материального* таким образом, чтобы оно было *оригинальным*, ибо личность всегда *единична* (одна на фоне остальных).

\* \* \*

Именно личность (как «обладание вниманием») становится сегодня самым желаемым благом. Социологические исследования в США и Европе показывают, что представители молодых поколений (особенно «поколения Z») мечтают быть блогерами, моделями, актерами, музыкантами и только потом — врачами, учителями или космонавтами (не говоря уже о рабочих профессиях) [35]. Стремление к самореализации и славе вытесняет стремление к богатству (хоть и не исключает такое). Наш мир перевернулся с ног на голову: если раньше мальчики и даже девочки хотели стать космонавтами (причем вовсе не потому, что космонавты знамениты, а потому, что это профессия, требующая мужества, открывающая невиданные горизонты и т. п.), то сегодня они мечтают вести свой канал на YouTube, быть популярными в Instagram или TikTok [32].

Эта тенденция не должна удивлять, — ведь с технологической точки зрения сегодня открываются невиданные просторы для творческой деятельности, *запечатлевающей личность*. Никогда прежде такое большое количество людей не имело возможности общаться с многотысячными аудиториями, *выставляя свою личность напоказ* (что делается чуть ли не каждым в соцсетях) перед сотнями, тысячами и даже миллионами. Историю человечества в целом можно рассматривать как историю постепенной *персонализации* «жизненного мира». Сегодня не только правители, воины, герои или великие деятели науки и искусства находятся в центре внимания и *обладают личностью*, но также представители растущей прослойки публичных деятелей (селебрити, популярные блогеры, знаменитые ученые, имеющие «выход» к широкой аудитории, и т. п.). Мы, иными словами, имеем целую «экономику», в которой люди включены в каждодневные практики «производства» личности и которая лишь частично пересекается с буржуазной, а по преимуществу представляет собой автономный «универсум» со своими внутренними закономерностями функционирования и развития. И чем «слабее» капитализм, тем шире область, условно говоря, *личностного*; и это логично: ведь по мере насыщения материальными благами люди (хоть и далеко не все) стремятся к чему-то большему — *стать кем-то*, не просто потреблять, а еще и *творить себя*.

Важно отметить следующее: поскольку личность стремится быть на виду, то *новым ключевым дефицитным ресурсом* становится *внимание*, которое отнюдь не безгранично. Как бы ни облегчали информационные технологии коммуникацию, у каждого человека есть строго ограниченный запас времени, которое он может тратить на знакомство с личностями и их творчеством. Как отмечает партнер Union Square Ventures и автор книги «World After Capital» Альберт Венгер, «количество

человеческого внимания в мире конечно. В сутках 24 часа, и нам нужно потратить часть их на еду и сон. Большинство людей в мире проводят часы бодрствования, зарабатывая деньги и потребляя товары и услуги, оставляя относительно мало времени для внимания, которое они могут свободно уделять. Жесткий предел доступного внимания также существует для человечества в целом — ...мы движемся к пику численности населения, и в этот момент мы больше не будем увеличивать доступное внимание, добавляя больше людей» [50].

Таблица 1

**Обусловленность социальных революций ограниченностью ресурсов**

Основной источник потребительных ценностей	Смена эпохи/общественной формации	Ограниченный ресурс
Природа → Контролируемые природные процессы	Общество собирателей → Эпоха земледелия (доклассовая → сословно-классовая общественная формация)	Еда → Земля
Контролируемые природные процессы → Труд	Эпоха земледелия → Промышленная эпоха (сословно-классовая → классовая общественная формация)	Земля → Капитал
Труд → Творчество	Промышленная эпоха → Эпоха «производства личности» (классовая → персоналистская общественная формация)	Капитал → Внимание

*Примечание:* о принципах выделения общественных формаций см. [9].

Вышесказанное означает, что мы движемся к новой антагонистической общественной формации, выходим на новый виток общественной борьбы за очередной дефицитный ресурс — внимание. В этой борьбе неизбежно наличие побежденных и победителей: ярких и блеклых, выдающихся и посредственных, влиятельных и ведомых. Это мир, в котором господствует *персонализм* («люди, обладающие личностью») как «новая аристократия». И наиболее комфортной средой обитания для этой «новой аристократии» оказываются *социальные медиа*.

## Красота, сексуальность и щепотка таланта. Социальные медиа и НОВЫЙ СИНТЕЗ ЭЛИТ

Социальная революция — это не радикальный разрыв с прошлым. Как было отмечено в первой части статьи, появление новых общественных отношений вовсе не означает, что предыдущие мгновенно исчезают (как и старые социальные противоречия). Напротив, скорее старые элиты концентрируют необходимые ресурсы, чтобы в итоге дать жизнь новым способам производства. Первые капиталисты вполне могли использовать феодальные привилегии и земельную ренту в своих коммерческих начинаниях.

И сегодня «производство личности» не обязательно должно в корне противоречить миру коммерции. Да, это преимущественно творческий процесс, и никакое богатство не дарует личность в готовом виде. Но, как заводы нуждаются в земле и ресурсах, поступающих из ее недр, так

и личность — ничто без материальных подпорок. Без определенных средств бьюти- и фэшн-блогеры не будут нарядными и модными, смазливые инстаграмеры и тиктокеры не смогут излучать энергию молодости и стиля, трэвел-блогерам не на что будет путешествовать по миру и т. д. Иными словами, уже на этапе вхождения в *сферу самореализации* происходит своеобразный «отсев»: скажем, некрасивый и бедный вряд ли станет звездой Instagram (хотя исключения, разумеется, бывают всякие).

Большая часть населения мира попросту не имеет в своем распоряжении необходимых средств, чтобы привлечь к себе и своему творчеству внимание в социальных медиа. Спрос имеет сверкающая яркими «красками жизни» молодость, активность, требующая постоянных материальных затрат. Начинающему блогеру также не помешают хорошая фото- или видеокамера, микрофон, производительный компьютер (чтобы монтировать видео) и прочее студийное оборудование и антураж: костюмы, фон, освещение и т. д. Как отмечается в одном из «мануалов» (март 2020 г.), начинающему Instagram-блогеру «лучше остановить свой выбор на флагманских устройствах, например на Samsung Galaxy Note 10 (от 76,9 тыс. рублей), Huawei p30 Pro (от 59,9 тыс. рублей), iPhone 11 (от 59,9 тыс. рублей), iPhone 11 Pro (от 89,9 тыс. рублей). Кроме смартфона для производства контента в домашних условиях пригодится штатив монопод (от 140 до 6,2 тыс. рублей), стабилизатор для съемки видео (от 2,5 тыс. до 10,4 тыс. рублей), сменные объективы (от 800 до 12,6 тыс. рублей), осветители и вспышки (от 800 до 2,4 тыс. рублей), внешний аккумулятор (от 240 до 13,5 тыс. рублей) и штатив (от 122 до 4,6 тыс. рублей). Большинство этих аксессуаров не обязательны, однако способны улучшить или разнообразить фото- и видеопоток» [30]. Видеоблоги еще более затратны, ведь качественное видео требует превосходной камеры (цена которой может достигать сотен тысяч рублей), продуманного сюжета, декораций, работы оператора, а желательно и видеомонтажера и т. д. Но и это далеко не все, поскольку любой блогер сталкивается с необходимостью продвижения своего канала, работы с рекламой.

Поэтому неудивительно, что звездами Instagram или YouTube очень часто становятся дети обеспеченных родителей (к примеру, Николай Соболев, Алишер Валеев (Morgenshtern) и многие другие): на «стартовых позициях» у них куда больше свободного времени, нежели у их небогатых сверстников, им проще забросить учебу ради творчества. Но важнее то, что у них есть деньги на привлекающую внимание *красивую жизнь*. Современная блогосфера, как и шоу-бизнес, являются коммерциализированными, и не моя цель представлять сферу производства личности как нечто *совершенно чуждое* капитализму.

Таким образом, происходит очередной синтез элит. Сфера производства личности во многом формируется самим капитализмом, ведь без продуцируемых буржуазной экономикой благ невозможно было бы говорить о «креативном классе» [26], творческих индустриях, сфере шоу-бизнеса или блогосфере. Пространства коммерции и творческой самореализации постоянно пересекаются. Стоит подчеркнуть: это несколько

не противоречит тезису о *социальной революции личности*. Общественные формации — это не строго следующие друг за другом «агрегатные состояния». Куда ближе к действительности представление об общественных формациях как обусловленных теми или иными способами производства «слоях» в сложной структуре общественных отношений. При этом старые «слои» не исчезают полностью: сегодня на планете Земля можно найти места, где сохранились не только феодальные, но и родоплеменные отношения. При этом сами общественные отношения, свойственные разным формациям, могут причудливым образом сочетаться. Так, развитию капитализма в США не мешало наличие рабства. Кровнородственные отношения и сегодня влияют на очень многое в экономике (родственные связи в фирмах, блат), а всевозможные ренты и погоня за ними сохраняются в качестве неотъемлемых элементов любой буржуазной экономики [25]. К сожалению, такой «слоеный пирог» таит в себе большое зло (мы вернемся к этому ниже), ведь прогресс производственных отношений всякий раз возносит представителей «передовых классов» на новые высоты, с которых трудно разглядеть проблемы тех, кто остался в самом низу.

И все же, несмотря на такую тесную связь с миром коммерции, денег, богатства, сфера «производства личности» функционирует по своим собственным законам. Как уже было сказано, яркую личность вряд ли можно купить за деньги. Сегодня у каждого в кармане целая киностудия, и шанс вытянуть счастливый билет оказывается у каждого стремящегося к успеху. Например, чтобы стать популярным актером и комиком Антону Лапенко (2,7 млн подписчиков на YouTube и 4,5 млн в Instagram) было достаточно недюжинного таланта, оригинальной идеи (стилизация под 1980-е и 1990-е гг.), дружной семьи (братья, выступающие в роли операторов и дублеров) и наличия смартфона, на который были отсняты первые ролики. Историй быстрого достижения успеха в социальных медиа благодаря таланту очень много. Такие платформы, как TikTok, и вовсе ориентированы на съемку коротких видео исключительно на доступные практически всем смартфоны. К тому же появляется множество способов «монетизации личности» в обход привычных агентов буржуазного мира: краудфандинг, донаты (пожертвования), мерч (продажа именных товаров и сувенирной продукции) и т. п.

Происходящая социальная революция означает постепенное перетекание власти и влияния в руки *личностей*. Медийные персоны и инфлюенсеры переворачивают иерархию власти. Это заметно по тому, как выстраиваются отношения между миром личностей и миром коммерции: часто уже не буржуазия диктует условия, а сами медийные персоны. Рекламные продвижения превращаются в элемент выстраивания *имиджа*, в *способ производства личности*. Публичные заявления блогеров в духе «я ни за что не стал бы рекламировать это» звучат повсеместно. Если что-то не укладывается в образ, то оно игнорируется. Личность сама себе — пиар-менеджер и рекламный агент.

Личность постепенно «эмансипируется», освобождается от тесных уз буржуазных отношений, чтобы в качестве относительно автономного

субъекта брать от них то, что ей самой нужно. Возьмем в качестве примера область, которая наиболее ярко и контрастно демонстрирует этот процесс, — порноиндустрию. Когда-то она была (да во многом остается и сегодня) унижительной и очень рискованной. Порноактрисы систематически подвергались и подвергаются насилию со стороны боссов, «продюсеров» и людей с неизвестным бэкграундом. Порноиндустрию характеризует *власть денег над телом*, а потому съемка в порнофильме во многих случаях оказывается разновидностью проституции. «Съемки в одном из фильмов надолго врезались мне в память, — отмечает одна из девушек, — так как были невероятно жестокими и депрессивными. Худшего в своей жизни я не испытывала. В процессе работы я оказалась жертвой серьезного насилия. Мой партнер был ужасен — я чувствовала, что он буквально ненавидит всех женщин на земле. Он вел себя гораздо грубее, чем предполагалось до этого» [20]. «Многие в нашем бизнесе, — говорит другая, — начинают принимать наркотики, потому что терпеть все это — невозможно. Некоторые заражаются венерическими заболеваниями. У моей знакомой из-за работы появился герпес. Теперь она говорит мне, что порно просто разрушило ее жизнь» [20].

Но сегодня все принципиальным образом меняется благодаря технологиям социальных медиа. Производители сексуального контента оказываются самостоятельными *личностями*, которые завладели ценнейшим «инструментом влияния» — контролем над *потоками внимания*. Граница между порноиндустрией и блогосферой стирается (Porn 2.0), т. к. теперь уже сами секс-работники производят и распространяют свой контент, а также во многом контролируют финансовую составляющую своей работы. Более того, теперь уже в центре внимания публики не безликие совокупающиеся или обнаженные тела, а *личности*, постоянно взаимодействующие со своей аудиторией.

Так, настоящая «революция» произошла, когда в 2016 г. была запущена платформа OnlyFans — своеобразный Instagram для производителей эротического и порноконтента. OnlyFans представляет собой платформу, где за определенную сумму можно стать подписчиком того или иного «секс-блогера». Эта платформа обрела огромную популярность, когда многие люди во время пандемии COVID-19 потеряли работу и обратились к альтернативным источникам дохода. Как отмечает Клэр Даунс, «по мере того, как продолжаются ограничения и накапливаются долги, цифровой секс-бизнес будет только превращаться в более распространенный источник дохода. Тем, кто предан делу, а не только красивым уборщицам и эксгибиционистам, нужно будет всерьез присоединиться к сообществу секс-работников, чтобы выжить» [36].

Примечательно, что благодаря OnlyFans многие заработали неплохие состояния, а также смогли конвертировать «сексуальную» популярность в популярность «универсальную». Forbes, к примеру, описывает историю успеха секс-блогера Lena the Plug, которая за относительно короткое время не просто смогла заработать на платных подписках в OnlyFans семизначные суммы, но также стала звездой Instagram (3,5 млн подписчиков) и YouTube (1,6 млн), в которых сексуальный

контент запрещен. «Люди приходили подписаться на мой контент, — говорит Lena, — потому что хотели увидеть, как я снимаю секс-видео, когда у меня будет миллион подписчиков. В итоге я просто делилась на своем канале самыми настоящими, необработанными и честными частями себя. Какое-то время я относилась к своим видео как к дневниковым записям. Для меня это было отдушиной. Я плакала на камеру. Да, я делилась некоторыми моментами захватывающей совместной жизни со своим парнем, но я также рассказала о своем расстройстве пищевого поведения, о потере хорошего друга из-за самоубийства и о том, как я боролась с ненавистью, связанной с секс-работой. Я перешла от 5% женской аудитории к 45% женской аудитории, что мне действительно понравилось. Я думаю, что мой канал на YouTube многое сделал для того, чтобы действительно произвести меня как “цельного” человека, если в этом есть смысл» [33].

Так социальная революция личности выносит порно и эротику за пределы безликого грязного бизнеса в относительно благотворную область творческой самореализации.

## Персоналиат: репостники и френдлорды

Каждая общественная формация характеризуется специфическими формами власти. Если есть некий дефицитный ресурс, за который ведется повсеместная ожесточенная конкурентная борьба, то логично, что те, кто в достаточной степени обладает этим ресурсом, будут иметь весомые преимущества. В сословно-классовую эпоху земля не просто «кормила», но была местом обитания рабов, крестьян, ремесленников, которые обеспечивали землевладельцев оружием, доспехами, лошадьми, людскими ресурсами и всем тем, что было необходимо для силового контроля над определенной территорией. В буржуазную эпоху стратегические преимущества обеспечивал капитал: за деньги можно было купить почти все, кроме любви и, разве что, счастья (и личности?). Сегодня «обладание личностью» становится важнейшим источником власти и влияния, т. к. популярные люди находятся в центре общественного дискурса и *контролируют дискурсивные потоки*. Опять же, этот масштабный сдвиг происходит во многом благодаря бурному развитию социальных медиа, которые дали публичным персонам немыслимые ранее возможности *самостоятельного* формирования повестки дня (в обход студий, агентов, массмедийных корпораций и боссов).

В принципе, *персонификация* (и «селебритизация») политики происходит уже сравнительно давно. На протяжении всего XX в. у людей в развитых странах появлялось больше свободного времени, которое тратилось на потребление развлекательного контента (кино, музыка и т. п.), создаваемого яркими *творческими личностями*. Вскоре выяснилось: медийная «развлекательная» популярность легко конвертируется в популярность политическую. Селебрити шли в политику и имели там большой успех. Оказалось, что многие люди куда больше доверяют

селебрити, чем профессиональным политикам, чье происхождение часто ассоциируется с коррупцией и политической «тенью».

Процессы *вовлечения* знаменитостей в политику напоминали быстро растущий в размерах снежный ком. Можно упомянуть для наглядности имена знаменитых людей, которые были или являются *политическими фигурами*: Джейн Фонда, Чарлтон Хестон, Пол Ньюман, Сонно Боно, Джеймс Джордж Янош (Джесси Вентура), Клинт Иствуд, Арнольд Шварценеггер, Колюш (Мишель Жерар Жозеф Колюччи), Джозеф Эстрада, Джимми Моралес, Ленин Морено, Вацлав Гавел, Марьян Шарец, Бeppe Грилло, Мара Карфанья, Йон Гнарр, Лука Максимович, Кэл Пенн, Чиччолина, Виталий Кличко, Владимир Зеленский, Синтия Никсон и т. д. Все они — бывшие или действующие писатели, актеры, спортсмены, модели, комики, даже клоуны и порнозвезды, которые занимали или занимают высшие государственные должности, являлись или являются лидерами политических партий, депутатами или просто активистами. В России аналогичная картина, и количество политизированных знаменитостей растет теми же темпами: Михаил Евдокимов, Алина Кабаева, Мария Кожевникова, Николай Валуев, Светлана Хоркина, Сергей Шнуров, Захар Прилепин, Вадим Самойлов, Иван Охлобыстин и многие другие.

Знаменитые люди не просто активно включаются в борьбу за государственные должности и представительство в органах власти. Они присоединяются к тем или иным движениям, становясь *лидерами мнений*. Если ознакомиться с политической жизнью США, то нетрудно это заметить: звезды чаще, чем когда-либо, говорят о злободневных проблемах. Вот типичный нарратив о растущей роли звезд в политике:

«В октябре 2019 года Джейн Фонда начала свой еженедельный марш Fire Drill Friday в Вашингтоне, округ Колумбия, чтобы привлечь внимание к «чрезвычайной климатической ситуации», что привело к многочисленным арестам. 81-летняя актриса переехала в столицу страны, «чтобы быть ближе к эпицентру борьбы за наш климат», и во время протестов заручилась поддержкой многих своих знаменитых друзей, в том числе Салли Филд, Сэма Уотерстона, Теда Дэнсона, Дайан Лэйн, Пайпер Перабо, Розанна Аркетт и 11-летнего исполнителя главной роли в сериале «Молодой Шелдон» Иэна Армидджа.

В открытом письме Трампу в феврале 2020 года Нил Янг назвал президента «позором моей страны». Рокер канадского происхождения и новоиспеченный гражданин Америки написал: «Ваше бездумное разрушение наших общих природных ресурсов, окружающей среды и наших отношений с друзьями по всему миру непростительно». Алисса Милано не стесняется делиться своими опасениями по поводу администрации Трампа. Актриса и активист устроила акцию протеста в Хомстеде, штат Флорида, 26 июня 2019 года, чтобы привлечь внимание к местам содержания под стражей мигрантов на границе США и Мексики.

Тейлор Свифт нарушила свое молчание о мире политики в октябре 2018 года, поддержав демократа в гонке за место в Сенате от штата

Теннесси. Она также призвала своих последователей проголосовать в день выборов месяц спустя. С тех пор она открыто высказывалась против президента Трампа, включая твит в мае 2020 года, в котором она сказала ему, что “мы выголосуем вас в ноябре”.

Канье Уэст произвел фурор, когда надел красную бейсболку с надписью “Сделаем Америку снова великой” и похвалил президента Дональда Трампа во время выступления на “SNL” в октябре 2018 года. Уэст изменил свою позицию в июле 2020 года, объявив, что он больше не поддерживает президента и планирует сам баллотироваться на пост президента в 2020 году в качестве члена партии “Дня рождения”. Рэпер произнес свою первую предвыборную речь позже в том же месяце в Южной Каролине, где он заявил, что Харриет Табман “на самом деле так и не освободила рабов”, и слезно высказался против абортотв.

Америка Феррера участвовала в протестах против иммиграционной политики администрации Трампа в июне 2018 года вместе с Алисией Киз, а в марте 2019 года возглавила небольшую группу художников в турне по приюту для мигрантов в мексиканском пограничном городе Тихуана.

В интервью The Guardian в апреле 2018 года канадская певица Шанайя Твейн заявила, что проголосовала бы за Трампа. “Я бы проголосовала за него, потому что, хотя его поведение было оскорбительным, но сам он казался честным”. Позже она отказалась от своих замечаний, извинившись за свой “неловкий” ответ, который застал ее врасплох.

На церемонии вручения премии Tony Awards 2018 Роберт де Ниро нанес удар президенту Дональду Трампу, извиняясь перед канадцами за “идиотское поведение моего президента”.

Звезда сериала “Секс в большом городе” Синтия Никсон бросила свою шляпу на ринг предвыборной борьбы за пост губернатора Нью-Йорка в 2018 году. Ее одобрили партнеры по фильму Сара Джессика Паркер и Ким Кэтролл.

Барбра Стрейзанд поделилась (негативным) мнением о Трампе во время похорон Маккейна. “Слушая столь красноречивую речь президента @BarackObama сегодня, я очень расстроена тем, чего нам не хватает. Трамп критиковал Обаму за то, что он слишком много играет в гольф. Где наш нынешний президент сегодня? — играет в гольф как обычно!”.

Комик Эми Шумер и модель Эмили Ратаковски были среди десятков демонстрантов, задержанных в Вашингтоне... во время протеста против кандидата в Верховный суд Бретта Кавано в октябре 2018 года. Ратаковски поделилась своим арестом в социальных сетях вместе с фотографией, на которой она держала знак протеста. “Сегодня я была арестована в знак протеста против выдвижения в Верховный суд Бретта Кавано, человека, которого несколько женщин обвинили в сексуальном насилии”, — написала она в Твиттере.

Лена Данэм также рассказала о протесте в социальных сетях. “Так много женщин, которых я люблю, сегодня в Вашингтоне. Они представляют сотни, тысячи и миллионы других женщин. На данном этапе

противодействие Кавано — это не вопрос принадлежности к политической партии, ...а обеспечение того, чтобы женщины, идентифицирующие себя с любыми политическими партиями, были в безопасности”.

После того, как Трамп уволил генерального прокурора Джеффа Сешнса в ноябре 2018 года, Патриция Аркетт обратилась в Твиттер, чтобы взвесить тот факт, что Мэтью Уитакер взял на себя надзор за расследованием Роберта Мюллера (причиной отставки стал отказ Сешнса от надзора за расследованием спецпрокурора Роберта Мюллера относительно вмешательства России в президентские выборы США 2016 г. — Д. Д.): “Если вам интересно, пытался ли ваш президент воспрепятствовать правосудию — не удивляйтесь больше. Они виновны”. Кэти Гриффин также прокомментировала это увольнение, написав в твите: “Мне нужно, чтобы этот маленький эльф остался подольше, пока Мюллер не закончит”. Реакция Джона Ледженда была короткой: “Президент вызывает (ругательство) смущение”...» [51].

Вышеприведенная выдержка — только маленький отрывок из объемного перечисления случаев участия в политической жизни США знаменитостей за последние пару лет, подготовленного USA Today. Но и этого уже достаточно, чтобы попытаться осознать масштабы *селебритизации политики*. Пока мы имеем скудные представления о реальном *политическом влиянии* знаменитостей, которые превращаются в своеобразных «репостников» (как людей, каждое сообщение которых в социальных сетях активно репостится — «пере-публикуется») и «френдлордов» («обладателей» большого количества подписчиков или «друзей» в социальных медиа<sup>3</sup>), ибо располагают ценнейшим ресурсом медиатизированного мира — огромными аудиториями любящих и уважающих *поклонников*. Какое политическое влияние должен иметь человек, у которого количество подписчиков в Instagram или на YouTube переваливает за десятки или даже сотни миллионов? Такая аудитория оказывается куда большей, чем у большинства телеканалов, причем стоит подчеркнуть, что речь должна идти именно о *лояльной* аудитории.

Так, 19 августа 2020 г. американская 18-летняя певица Билли Айлиш села перед камерой и за 48 секунд сказала, что Трамп — плохой президент, а также призвала всех идти на выборы во имя экологии и расового равенства. При этом у нее более 70 млн искренне ее любящих и почитающих подписчиков в Instagram и 33 млн на YouTube. Да, в данном случае стоит говорить, что ей, скорее всего, неплохо заплатили за эту публикацию демократы. Но стала бы Билли Айлиш делать это, если бы сказанное сильно противоречило ее же убеждениям? Возможно, но в современных реалиях — маловероятно, ибо никакие деньги Джо Байдена не способны покрыть репутационный ущерб, который был бы

<sup>3</sup> Собственно говоря, сегодня практически любой знаменитый человек является активным пользователем социальных медиа. Поэтому особой разницы между традиционными селебрити и социально-медийными инфлюенсерами уже нет.

нанесен утратившему *личностную аутентичность* френдлорду. И если лидера мнений в весовой категории «до 100 млн» еще можно «купить», то еще более влиятельные медийные персоны вряд ли пойдут наперекор своим жизненным принципам. За четыре дня до того, как с публичным обращением против Трампа выступила Билли Айлиш, американская певица Тейлор Свифт написала в Твиттере: «Он *хорошо знает*, что мы не хотим, чтобы он был нашим президентом. Он решил вопиюще обмануть и подвергнуть риску жизни миллионов американцев, пытаясь удержать власть» [34]. У Тейлор Свифт 140 млн подписчиков в Instagram, 40 млн на YouTube и 87 млн в Твиттере.

Участие знаменитых людей в политике — вовсе не культурная особенность США. Это общемировая тенденция. Так, несмотря на большую зависимость артистов от агентств талантов в Японии, их политическая активность растет. К примеру, сильный общественный резонанс вызвал в мае 2020 г. законопроект о продлении пенсионного возраста прокурорам. Люди из разных кругов выступили против законопроекта из-за опасений, что он может позволить правительству произвольно вмешиваться в кадровые дела прокуратуры. На заседании кабинета министров в январе того же года правительство решило продлить срок полномочий Хирому Курокавы, старшего прокурора Высшей государственной прокуратуры Токио, который приближался к пенсионному возрасту. Это решение негативно восприняли представители общест-венности. При этом решающую роль сыграли знаменитости. Твиты под хэштегом «Я против предлагаемого пересмотра Закона о государственной прокуратуре» стали вирусными при поддержке многих знаменитостей, и по состоянию на 20:00 11 мая было опубликовано более 6,8 млн таких твитов. 62-летний режиссер-постановщик Амон Миямото написал в Твиттере о своих опасениях: «В условиях пандемии коронавируса им следует сосредоточиться на жизнях людей. Как ни крути, закон далек от демократии». Актер Ю. Сирота, бывший боец смешанных единоборств Нобухико Такада, фотомодель Кико Мидзухара, певица Чара, актриса Кеко Коидзуми и многие другие также выразили несогласие со спорным законопроектом [37]. В итоге 18 мая законопроект было отложен.

Аналогичные события происходят в России. Знаменитости становятся неотъемлемой частью политической сферы. Особенно заметно это по различным протестным инициативам. Социальные медиа и так уже породили целую плеяду *личностей* (блогеров, комментаторов новостей и т. п.), способных мгновенно мобилизовать протестный актив (Алексей Навальный, Дмитрий Иванов (kamikadze\_d), Алексей Романов и др.). Но не только политические блогеры имеют влияние. Кинозвезды, певцы, спортсмены и неполитические блогеры все активнее заявляют о себе в политике. Они (к слову, небезуспешно) вступаются за политических активистов или журналистов, которых преследуют по политическим мотивам (Иван Голунов, Павел Устинов и т. п.), привлекают внимание к общественно важным проблемам (например, «флешмоб» звезд, рассказывающих о своих мизерных пенсиях в феврале 2020 г.

[19], призывы соблюдать режим самоизоляции во время пандемии COVID-19 и т. п.) или вовсе напрямую выступают на стороне гражданских активистов.

Так, 16 августа 2020 г. Максим Галкин поддержал активистов, протестующих против разработки горы Куштау «Башкирской содовой компанией». Как он отметил в видеообращении, опубликованном в Instagram (более 6 млн просмотров только на этой платформе, а еще нужно учесть «сетевой потенциал»: распространение по другим сетям вроде «Яндекс.Дзен»), «[Куштау] — уникальное природное явление, причем международное сообщество внесло его в список охраняемых геологических объектов. Это часть жизни Башкортостана, часть жизни местных жителей. “Башкирская содовая компания” хочет сравнять с землей это место... Сейчас речь идет о каких-то сверхприбылях: “Башкирская содовая компания” не закончит свое существование, если ей не достанется Куштау. Ну, будет меньше прибыли. Я не очень любил цитату из своего же монолога..., но сейчас это очень актуально: проблема России не в том, что бедных много, проблема в том, что богатые никак не нажмутся» [14]. Сегодня, если «локальная», казалось бы, политическая повестка доходит до таких относительно (если говорить о России) могущественных френдлордов, как Максим Галкин (8,5 млн подписчиков в Instagram и общероссийская известность), то федеральные власти с куда большей вероятностью вмешаются в ситуацию и встанут на сторону протестующих. Так и произошло: 28 августа Генеральная прокуратура РФ опубликовала на своем сайте сообщение: «По поручению Президента Владимира Путина проверена законность отчуждения государственных акций предприятий содовой промышленности в Республике Башкортостан. В ходе проведенной проверки выявлены нарушения законодательства о приватизации» [11].

«Люди, обладающие личностью» стали настолько значимыми в политической жизни общества, что волей-неволей напрашиваются ассоциации с марксистским концептом *правящего (или господствующего) класса*. Правда, я бы предпочел более универсальный термин «господствующий социальный слой», ибо «класс» отсылает к «узким» экономическим категориям производства и собственности, в то время как стоит говорить лишь о метафорически понимаемом «производстве» личности. Так или иначе, новый господствующий «класс», или социальный слой, явно сформируется.

В сословно-классовую эпоху правители были вынуждены опираться на земельную аристократию. Это был своеобразный симбиоз: цари, императоры, короли выступали гарантом аристократического положения привилегированных меньшинств (и эксплуатации непосредственных производителей), а последние, в свою очередь, несли службу или собирали налоги. Схожий симбиоз свойственен капитализму, который поставил политиков в прямую зависимость от спонсорства «денежных мешков» (как и «привилегированное» положение «денежных мешков» — от поддержки политиков). Сегодня этих «мешков» уже недостаточно. Необходимо нечто большее — сформировать своеобразную «дружину» из максимально при-

влекательных *знаменитостей*, которые бы оказывали систематическую *поддержку* (political endorsement) политическому лидеру.

Эффективность политической поддержки знаменитостей изучена недостаточно. Исследование, проведенное Morning Consult в январе—феврале 2020 г. (n = 2200), показало, что 89% опрошенных (88% сторонников демократов и 91% республиканцев), заявили, что не существует знаменитостей, поддержка которых повысила бы вероятность их голосования за кандидата, за которого они ранее не планировали голосовать. При этом самим знаменитостям поддержка политических кандидатов скорее вредит: 58% демократов и 63% республиканцев заявили, что у них меньше шансов стать поклонниками знаменитостей, если он или она публично поддержат политического кандидата, которого они не любят.

Тем не менее, для молодых людей поддержка знаменитостей оказывается куда веселее. 19% представителей «поколения Z» и 16% миллениалов отметили, что мнение знаменитых людей для них имеет большое значение. Более того, для демократов этот фактор оказался еще более существенным: среди лиц в возрасте от 18 до 29 лет 29% заявили, что поддержка Берни Сандерса со стороны американской певицы Арианы Гранде повысит вероятность их голосования за него, а треть афроамериканцев заявили, что благодаря одобрению Тома Хэнкса и Риты Уилсон они с большей вероятностью проголосуют за Джо Байдена [46].

Другое исследование, проведенное Hill-HarrisX (n = 1001), показало, что публичные заявления голливудских звезд не влияют на электоральный выбор 65% респондентов. Более того, эти заявления могут вредить. 24% опрошенных ответили, что поддержка знаменитости снизит вероятность их голосования за конкретного кандидата, в то время как только 11% говорили об обратном. При этом более молодые респонденты чаще говорили, что знаменитость может подтолкнуть их к поддержке той или иной кандидатуры. 23% процента избирателей в возрасте до 35 лет заявили, что одобрение голливудского деятеля повысило их шансы проголосовать за определенного кандидата [45].

Так или иначе, политиков не сильно интересуют данные исследований. Сегодня уже никому особо и не важен краткосрочный эффект от поддержки, оказываемой знаменитостями. Важнее другое: если у кандидата нет соответствующей «дружины», то он *изгой*, поэтому поиск одобрения звезд или социально-медийных персон становится *обязательным* в избирательных кампаниях. Победитель в этой борьбе тот, кто смог собрать «свиту» из наиболее популярных и наименее отгаливающихся *личностей*. И эта тенденция поистине впечатляет. Сегодня дело доходит до того, что пишутся соответствующие гайды по political endorsements, которые помогают разобраться в сложной «структуре» взаимоотношений политиков со знаменитостями. Эти гайды по своему объему скорее походят на целые *тома*. Приведу выдержки из «оглавления» к одному такому гайду, посвященному президентским выборам в США 2020 г.:

«Розарио Доусон [актриса, певица и писательница] за Берни Сандерса...

Эми Шумер [стендап-комедиантка, сценаристка, продюсер и актриса] за Элизабет Уоррен...

Хейли Бибер [модель] за Берни Сандерса...

Меган Рапино [знаменитая американская футболистка] за Элизабет Уоррен ...

Синтия Никсон [актриса, политик и театральный режиссер] за Берни Сандерса...

Джудит Шейндлин [адвокат, судья, телеведущая и писатель] за Майкла Блумберга...

Мэнди Мур [певица, актриса и автор песен] за Пита Буттиджича...

Шер [певица, актриса, кинорежиссёр, музыкальный продюсер и автор песен] за Джо Байдена...

Тед Дэнсон [актер] за Майкла Блумберга...

Эмили Ратаковски [модель] за Берни Сандерса...

Джонатан Ван Несс [парикмахер, подкастер и телеведущий] за Элизабет Уоррен...

Карди Би [хип-хоп исполнительница, автор песен, актриса и телезвезда] за Берни Сандерса...

Мишель Кван [фигуристка, выступавшая в одиночном катании, двукратный призёр Олимпийских игр, пятикратная чемпионка мира и девятикратная чемпионка США] за Джо Байдена...

Минди Калинг [комедиантка, актриса и сценаристка] за Камалу Харрис...

Мелисса Этеридж [рок-певица] за Элизабет Уоррен...

Сьюзан Сарандон [актриса кино, телевидения и озвучивания, активистка] за Берни Сандерса...» [38] и т. д.

В англоязычной Википедии можно найти внушительную статью, которая называется «Список одобрений президентской кампании Джо Байдена 2020». Помимо перечисления официальных лиц и политиков там есть списки публичных *персон* из области науки, медиа, бизнеса, кино, музыки, литературы, спорта. Только простое перечисление имен знаменитостей с очень краткими пояснениями имеет объем в 20 тыс. знаков (по состоянию на сентябрь 2020 г.). Подобные статьи есть о каждом участнике президентской гонки. Аналогичные списки на странице, посвященной кампании Дональда Трампа, куда скромнее: их объем всего около 8 тыс. знаков. Это означает, что действующий президент США сильно проигрывает кандидату от Демократической партии в борьбе за поддержку персоналиата. Если в 2016 г. неудача в этом сражении еще гарантированно не вела к поражению в войне<sup>4</sup> (хотя по голосам избирателей Трамп все же проиграл), то в 2020-м такой же проигрыш может оказаться решающим.

<sup>4</sup> Борьбу за поддержку персоналиата тогда Трамп тоже с треском проиграл. Если провести подобное сравнение, то по итогу всей кампании списки «неполитических» знаменитостей, оказавших поддержку Хилари Клинтон, растянулись аж на 77 тыс. (!) знаков против всего-навсего 25 тыс. у Дональда Трампа. Разумеется, тут нельзя говорить о каком-то точном предсказательном потенциале. Скорее такое сравнение демонстрирует меру поддержки определенной части общества — продвинутой молодежи, постматериалистов, сторонников ценностей, которые обычно разделяются знаменитостями (творческой свободы, толерантности, мультикультурализма). У Трампа совершенно другой, более «приземленный», электорат, который не особо любит «заевшихся звезд», микроселебрити и социально-медийных инфлюенсеров.

Стоит вновь отметить, что рост политического значения (или, как минимум, *присутствия*) персоналиата — не какая-то культурная особенность США. Просто там эти процессы протекают быстрее, чем во всем мире.

Россия в этом смысле не сильно отстает, ведь сегодня ни одна политическая инициатива не проходит без соответствующей «поддержки» знаменитостей. Так, перед голосованием по вопросу одобрения изменений в Конституцию Российской Федерации (с 25 июня по 1 июля 2020 г.) развернулась нешуточная борьба за благосклонность персоналиата как со стороны сторонников этих поправок, так и со стороны их противников. Самым скандальным агитационным видео стал ролик Russia Today, в котором приняли участие знаменитости: двукратный чемпион мира по хоккею Вячеслав Фетисов, актер Иван Охлобыстин, народная артистка РСФСР Ирина Купченко, олимпийская чемпионка по фигурному катанию Аделина Сотникова, врач Лео Бокерия, народный артист Василий Лановой, дизайнер Артемий Лебедев. Участники зачитали преамбулу действующей Конституции, в конце ролика появляются слова: «1 июля принимаем поправки в Конституцию Российской Федерации вместе». (Правда, после выхода ролика Артемий Лебедев заявил, что его обманули.) Затем ролики в поддержку голосования записали двукратный олимпийский чемпион по фигурному катанию Евгений Плющенко и его жена — продюсер Яна Рудковская. По телевизору показывали ролики, в которых с призывами голосовать за поправки выступали такие знаменитые люди, как Олег Газманов, Владимир Машков, Георгий Дронов, Сергей Безруков, Михаил Боярский, Денис Мацуев, Андрей Рожков и многие другие [29]. Также поддержали поправки Юрий Башмет, Дмитрий Певцов, Илья Резник, Алина Загитова, Мария Сотскова, Александр Жулин, Станислав Черчесов, Дмитрий Харатьян и другие звезды [16]. «Волна поддержки» прокатилась и по социальным медиа: в Instagram отметились постами такие медийные персоны, как Ольга Бузова, Ксения Бородина, Стас Михайлов, Кэти Топурия, Айза Анохина и др. [29].

На противоположной стороне пытались оказывать сопротивление. В частности, блогер Катя Конасова заявила, что ей предложили 1 млн рублей за рекламу поправок, но она отказалась. Ролик Конасовой набрал более полумиллиона просмотров и около 85 тыс. лайков [29]. Однако масштабной кампании противникам поправок провести не удалось. Дело ограничилось «шумом» либеральной общественности в социальных медиа, единичными выступлениями звезд и социально-медийных персон (Сергей Шнуров, Рома Зверь, Артемий Лебедев, Виктория Боня), коллективными письмами<sup>5</sup>. Битва за поддержку персоналиата была

<sup>5</sup> В марте 2020 г. ученые, журналисты, писатели и юристы подписали коллективное письмо к депутатам и политикам, в котором они заявили о недопустимости поправок в Конституцию РФ. Под обращением подписались 357 человек, преимущественно представителей либеральной направленности. Среди них телеведущие Татьяна Лазарева и Михаил Ширвиндт, писатель Виктор Шендерович, журналист Леонид Парфенов, кинокритик Антон Долин, руководитель «Левада-центра» Лев Гудков и др. [2].

вчистую выиграна действующими властями и сторонниками поправок в Конституцию.

### «Универсальные личности»

«Что я думаю о СССР? Не знаю... Мне кажется, там было много хорошего и много плохого. Но хорошего было больше, так как люди жили дружно и еще (...как это сказать по-английски?..) там у всех было бесплатное жилье, было бесплатное образование, медицина, бесплатные университеты и многое другое. В общем, в каком-то смысле было хорошо. Мне бабушка рассказывала...» Это слова ASMR<sup>6</sup>-блогера Моона, произнесенные в прямом эфире (стриме) на ломаном английском языке в ответ на вопрос подписчика о ее отношении к СССР. Вряд ли можно найти столь же далекий от политики жанр, как ASMR: «асмртисты» в основном шепчут, шуршат, стучат пальцами по разным поверхностям и предметам. Однако в социальных медиа любая деятельность превращается в производство личности, интерес публики к которой выходит далеко за пределы той или иной ограниченной области. Стримы, общение с подписчиками в комментариях или напрямую в социальных сетях — все это позволяет яркой личности стать по-настоящему *универсальной* и *влиятельной*.

В 1940—1950-е гг. рядом американских исследователей (Поль Ф. Лазарсфельд, Роберт К. Мертон, Бернар Берельсон, Хейзел Годе, Элиху Кац и др. [41; 43]) было эмпирически установлено, что влияние СМИ на предпочтения и убеждения людей было переоценено. Так, на подавляющее большинство людей реклама не оказывает никакого влияния. Как показали Пол Лазарсфельд и Элиху Кац в книге «Личное влияние» [41], поток коммуникации является двухступенчатым. На потребительский, электоральный и т. п. выбор куда чаще оказывают влияние так называемые *лидеры мнений* — люди, обладающие *влиятием* и *авторитетом* в той или иной области, с которыми происходит непосредственная коммуникация (общение). СМИ воздействуют преимущественно на этих лидеров мнений, а они потом преподносят в «переваренном» виде информацию тому, кого смогут убедить (дать «дружеский совет» и т. п.).

Сегодня уже трудно говорить о двух ступенях. *Социальные медиа стирают грань между простой передачей информации средствами массовых коммуникаций и персональным влиянием*. Ускоряющимися темпами растет прослойка социально-медийных инфлюенсеров, аудитория которых сопоставима с аудиторией СМИ. При этом характер взаимодействий между популярными персонами и их поклонниками существенно меняется. В отличие от обычных знаменитостей, стремившихся поддерживать определенное расстояние от их публики, социально-медийные инфлюенсеры или микроселебрити [31; 44] скорее стараются раскрыть

<sup>6</sup> Автономная сенсорная меридиональная реакция.

некоторые особенности своей частной жизни в процессе непрерывного онлайн-общения с подписчиками. Более того, они, в сущности, оказываются теми самыми *авторитетными людьми*, к которым идут за советом и к мнению которых прислушиваются.

Все это принципиальным образом меняет основные «рычаги власти» в сфере массовой информации отнюдь не в пользу традиционных медиа. Люди с большей охотой будут слушать совета того или иного *блогера*, нежели корреспондента или официального пропагандиста, т. к. образ блогера предстает максимально «приближенным к народу». Блогер постоянно взаимодействует со своими фолловерами, является для них словно *другом*, публикации отдельных моментов его частной жизни в Instagram или TikTok создают *эффект непрерывного присутствия*.

Для пропагандистов всех мастей это серьезный вызов, ибо «пирамида влияния» (от СМИ к лидерам мнений) стремительно рушится. Они еще могут пытаться купить рекламу или сухое одобрение у той или иной интернет-звезды, но личность со всеми тонкостями ее «душевной организации», непрерывно проявляющую *себя* в ответах на комментариях к видео на YouTube или постах в Twitter, купить невозможно. Оттого и постоянные просчеты пропаганды, когда проплаченные политические интеграции приносят огромный вред как пропагандистам, так и самим социально-медийным инфлюенсерам.

В качестве примера можно привести проплаченные клипы блогеров-миллионников, мотивирующие принять участие в выборах президента РФ 2018 г. Этих блогеров (Юрий Хованский, Юлий Онешко (Юлик), Никита Гридин (Кузьма), Елизавета Неред (Лиззка)) накрыла «волна ненависти»: сами ролики собрали огромное количество дизлайков, негатив наблюдался и со стороны других блогеров, которые остались в стороне от «проплаченной» политики. Многим пришлось оправдываться, доказывая, что «техническое задание» было предложено неполитическими агентами и якобы в пародийных целях [1]. Похожая история произошла в июле 2018 г., когда Николай Соболев прорекламовал Парк Горького в Москве. Оказалось, что это был «скрытый» заказ от мэрии Москвы (перед выборами мэра 9 сентября 2018 г.). Негатив не спал, даже когда в специальном ролике Соболев попытался оправдаться и предъявил доказательства, что не имел никакого умысла за деньги рекламировать политика (сам ролик набрал 285 тыс. дизлайков при 175 тыс. лайков). Очевидно, что «интеграция» не состоялась и принесла только убытки обеим сторонам.

Куда важнее искренняя политическая позиция. Революция личности означает, что «обладание личностью» — это потенциально и обладание политическим влиянием. Практики *молниеносной политизации* становятся все более частыми. Формирование публичных дискурсов и повестки дня все чаще оказывается прерогативой социально-медийных *персон*. Приведу лишь некоторые яркие примеры политизации представителей персоналиата (на платформе YouTube):

*Николай Соболев* (5,7 млн подписчиков на YouTube) первую известность в Интернете получил, снимая розыгрыши и социальные

эксперименты для проекта Rakatakafo. Поначалу в центре его внимания находились различные скандалы и сплетни блогосферы. В 2016 г. переименовал свой канал на «SOBOLEV» и сосредоточился на обсуждении резонансных общественных тем. Широкую известность получил после обсуждения дела об изнасиловании Дианы Шурыгиной. И первые два года о политике практически не говорил. Но 28 марта 2017 г. после антикоррупционных протестов, связанных с публикацией документального фильма Алексея Навального «Он вам не Димон», на канале выходит ролик, где Соболев возмущается массовыми арестами протестующих и присоединяется к критике федеральных властей. Наблюдается типичный кейс молниеносной политизации социально-медийного инфлюенсера: «Я не хотел влезать в эту тему. Я не политический блогер. Я в очень многих вопросах политики некомпетентен. Я не могу по полочкам разобрать расследование Навального, и не могу сказать, правда это или ложь. При этом, если говорить о моей личной позиции, я весьма скептически отношусь к самому Навальному... Но одно я знаю точно. Информация, которую предоставил ФБК, выглядела достаточно убедительно для того, чтобы люди получили ответ на свой главный вопрос: где деньги? Если это все неправда, так просто скажите народу об этом, объясните, как так получилось?» И как это обычно бывает, политика постепенно стала «затягивать» блогера. Сегодня политические сюжеты на его канале очень часты. Это видно по названиям роликов: «Лукашенко сошел с ума. Вся ложь батьки» (24 августа 2020 г.); «Россия против радуги: как же стыдно / Новая конституция РФ» (11 июля 2020 г.); «Morgenshtern — главный кремлесос-рэпер Ютуба» (24 мая 2020 г.); «Соловьев, вызываю тебя на versus!» (26 апреля 2020 г.); «Шнуров проданся: сколько стоит и зачем? / Дело сети» (28 февраля 2020 г.).

*Дмитрий (Goblin) Пучков* еще на заре интернет-эпохи обрел популярность в основном благодаря своим смешным переводам фильмов, хотя параллельно публиковался в профильных журналах о компьютерных играх «Навигатор игрового мира» и «Страна игр», занимался локализацией компьютерных игр. Однако постепенно он все чаще обращался к политическим темам, особенно когда был открыт сайт opet.ru. С приходом на YouTube он звал в гости на «разведопросы» политизированных экспертов (вроде Михаила Хазина, Анатолия Вассермана), левых историков, философов и политологов (Михаила Попова, Клима Жукова и многих других). Так он стал своеобразным медийным «центром притяжения» (2 млн подписчиков на YouTube-канале) многих левых интеллектуалов «старой закалки» (своеобразный аналог вассально-ленных отношений: только теперь в роли «сеньора» выступает социально-медийный инфлюенсер как «обладатель» большой аудитории, а в роли «вассалов» — интеллектуалы, которые получают «в пользование» трибуну, взамен обеспечивая «сеньора» бесплатным или почти бесплатным информационным контентом). Сам Пучков стал авторитетной *личностью* (хоть и не всегда бесспорной даже в левых кругах) как красноречивый политический оратор, часто выступающий в защиту СССР, И. В. Сталина и в целом критикующий капитализм.

*Илья Варламов* стал популярным как журналист, фотограф и урбанист еще на платформе «Живого Журнала». Он и раньше не сторонился политики, в частности активно освещал в ЖЖ протестные акции (например, в 2011—2012 гг.). Однако знаменитым он стал все же как урбанист и путешественник, активно разъезжающий по России и миру, критикующий местных чиновников за неправильное благоустройство. Со временем политические сюжеты в его постах и видео стали встречаться все чаще. И в сентябре 2020 г. его канал был настоящим «рупором» протеста в Беларуси: освещению и собственным комментариям одних только протестных акций против режима Александра Лукашенко Варламов посвятил уже 30 видеороликов на YouTube (на его канале 1,8 млн подписчиков), каждый из которых посмотрело не менее полумиллиона человек.

*Алексей Шевцов* — автор канала itpedia (2,7 млн подписчиков), посвященного обзорам технологических новинок и компьютерных игр. Через какое-то время после обретения популярности открыл второй (live) канал (1,8 млн подписчиков), куда выкладывал сначала записи стримов или вторичные материалы. Но постепенно этот канал становился все больше заостренным на различных политических или околополитических вопросах (вроде высказываний о представителях ЛГБТ и феминизме). Сейчас на этом канале куда чаще появляются содержащие политический контент материалы — как негативные обзоры по поводу СССР, так и путешествия по странам с политизированными комментариями. К примеру, в одном из видео («США строит КОММУНИЗМ»), посвященном протестам в США, Алексей Шевцов почему-то ассоциирует движение Black Lives Matter с коммунизмом, Карлом Марксом и обрушивается с саркастической критикой на якобы коммунистическую коммуну в Сиэтле. «Маркс ведь реально говорил, что коммунизм должен произойти только в самых развитых странах, коей Америка и является, — говорит он. — Учитывая общее влияние, этот “костер революции” может очень быстро распространиться. Страшно, да? Не будет секретом, что я негативно отношусь к Black Lives Matter, потому что это — классические марксисты, которые делят общество на классы и их стравливают. Жутко наблюдать за тем, что сейчас происходит. Уничтожается частная собственность, невинных людей увольняют, учитывая масштаб и влияние Соединенных Штатов, это может привести к большим экономическим последствиям, это может вызвать целую цепочку гражданских конфликтов во всей Европе, не только в Штатах».

*Стас Васильев* является противоположностью Алексея Шевцова по своим политическим взглядам и тяготеет к левой идеологии. Популярным стал также как техноблогер (канал «Ай, как просто!» — 1 млн подписчиков). Но в 2016 г. он открывает свой второй канал «Max Power» (ныне — канал «СТАС»), который в скором времени стал еще популярнее первого. Изначально туда блогер выкладывал обзоры фильмов и сериалов. Но позже Стас «перепрофилировался» на критику других блогеров. Здесь звучали имена Данилы Поперечного, Валентина Петухова (Wylsacom), Руслана Соколовского, но особенно часто — Николая Соболева. При этом главной «мишенью» стала ангажированность блогеров:

проплаченные политические интеграции, предполагаемые связи ютуберов с Кремлем и т. п. Так, в одном из видеороликов Стас Васильев называет мегапопулярного рэпера Алишера Валеева (Morgenshtern) «кремлевским либералом» и критикует его богемный образ жизни и хамское поведение: «Классический пример кремлевского либерала: деньги мы берем у власти, рекламируем парки и кремлевские форумы, сосем деньги с государственных банков, а для того, чтобы глупая интернет-аудитория ничего не заподозрила, ходим как можно чаще в гости к оппозиции, “подсасываемся”, снимая клипы, ходим на “кактус”, высказываемся против власти в Твиттере, не забывая при этом брать кремлевские деньги. Классическая YouTube-богема».

Этот список можно продолжать очень долго. Ограничусь лишь кратким перечислением YouTube-персон (а еще есть Instagram, TikTok и другие платформы) с подобными историями (неполитический блогер становится политическим инфлюенсером): журналист Юрий Дудь, комик Данила Поперечный, сатирический проект NEMAGIA (Алексей Псковитин и Михаил Печерский), обозреватель кинофильмов Евгений Баженов (BadComedian), также обозреватель кинофильмов, известный под псевдонимом «Красный циник» и многие-многие другие. Обзорщики смешных видео Стас Давыдов и Максим Голополосов стали комментировать политические новости. Политический посыл может содержаться и в контенте, создаваемом знаменитым детским врачом (см., например, материалы о коронавирусе на канале доктора Евгения Комаровского с 2,6 млн подписчиков).

Даже если та или иная медийная персона не часто высказывается по актуальным политическим вопросам, в социальных медиа всегда найдутся те, кто «спровоцирует» их. Так, на YouTube в последнее время стал популярным жанр интервью: персоны вроде Ирины Шахман (канал «А поговорить?» — 1,26 млн подписчиков) или Юрия Дудя (канал «вДудь» — 7,86 млн подписчиков) постараются «вытянуть» из селебрити или микроселебрити максимальное количество политики. К примеру, такие названия видео можно встретить на канале Ирины Шахман: «Дмитрий Губерниев: про Хабаровск, Фургала, Кабаеву, Путина и допинг»; «Елена Малышева: о “хайпе” на Первом канале, коррупции в медицине и связи с Собяниным»; «Виктория Исакова: о возрасте, дочке, цинизме актерской профессии и революции»; «Руслан Белый: бабы, армия, отец, Путин».

Как уже было отмечено, не один YouTube полнится политизирующимся персоналиатом. Instagram (к примеру, скандальный пост Алёны Водонаевой о материнском капитале в декабре 2019 г. [18]) и даже TikTok становятся аренами соревнующихся политических дискурсов. Последний оказался настолько «опасным», что Дональд Трамп выступил с инициативой запрета TikTok на территории США, если его не приобретет американская компания [21]. И бояться власть имущим действительно есть чего. TikTok сыграл важную роль в организации массовой акции в июне 2020 г. перед митингом Трампа в Талсе, штат Оклахома, когда многие места оказались незаполненными (тинэйджеры по всей территории

США скупали билеты на мероприятие с участием Трампа, чтобы в зале были пустые места). TikTok эмоционально усилил кадры жестокости полиции, а также сцены и комментарии протестов Black Lives Matter по всему миру. В TikTok можно найти как сильные политические заявления и самоорганизацию активистов, так и множество расистских и сексистских материалов, теорий заговора и дезинформацию, а также детей, демонстрирующих свои коллекции оружия и позирующих с флагами Конфедерации [40].

И если политика в традиционном понимании (как то, что касается непосредственно *политиков*, чиновников, выборов и т. п.) не всегда интересна популярным *личностям*, то «культурный» пласт политического затрагивается практически всеми. Символическая борьба вокруг тематики сексуальных меньшинств, феминизма и т. д. ведется непрерывно самыми разными агентами. Эта часть политического для многих в социальных медиа становится куда важнее дискуссий о публичной политике, к которой уже давно ни у кого нет доверия. Армии фолловеров тех или иных френдлордов непрерывно сталкиваются под разными идеологическими или идейными предложениями.

Типичный случай — развернувшаяся в августе 2020 г. травля Оли Тыквы (*vakuuolly*), которая в свои 14 лет выкладывает в TikTok (330 тыс. подписчиков) просветительские (!) видео о феминизме, бодипозитиве и ЛГБТ+. Поводом для нападок стало видео из ее постоянной рубрики «Привет, я подсяду?» (эти ролики сняты в стиле классических POV-видео: блогер изображает определенного героя и общается со зрителем, разыгрывая диалог). Сначала на это видео снимали злые пародии, высмеивающие соответствующие взгляды. Затем в популярных мизогинных пабликах «ВКонтакте» («Мужское государство» и ему подобные) появились изображающие Олю Тыкву порнографические рисунки. К ней в огромном количестве поступали сообщения с оскорблениями и угрозами [12]. Впоследствии многие блогеры выступили в ее защиту (Ника Водвуд (*pixelpixel*), Павел Астапов и др.).

Да, для многих представителей персоналиата политизация может оказаться нежелательной, т. к. в таком случае велик риск потерять часть аудитории. Но, как показал опыт многих блогеров, это палка о двух концах: часть аудитории уйдет, зато придут те, кто любит политическую или околополитическую шумиху. Более того, может случиться так, что молчание окажется куда хуже, чем вовлечение в политику. Так случилось, к примеру, в США с протестной волной, порожденной движением Black Lives Matter. Тогда политическое молчание прервали очень многие. Тех, кто пытался сохранять политический нейтралитет, обвиняли в расизме и молчаливой поддержке расизма. Как отмечают Рэйчел Э. Гринспен и Кэт Тенбардж, «вскоре стало понятно, что влиятельные люди будут открыто высказываться о движении Black Lives Matter, даже если в прошлом они не были политическими субъектами. Большинство инфлюенсеров, которые не говорили о протестах, были встречены критикой со стороны своих последователей за их бездействие» [39]. Политика все больше персонализируется, а персоны — политизируются.

## Влиятельные нарциссы и «обреченный» имперсоналиат? Вместо заключения

В 1979 г. американский историк и социальный критик Кристофер Лэш в книге «Культура нарциссизма: американская жизнь в эпоху угасающих ожиданий» отметил важную тенденцию: американское общество становится обществом нарциссов. Как он отмечает, до Второй мировой войны люди обычно обращались к психиатрам с обсессивно-компульсивными расстройствами, фобиями и неврозами (связанными с подавлением id — бессознательной части психики, совокупности инстинктивных влечений). Но вскоре вседозволенность и падение авторитетов сделали нарциссизм одним из основных психических недугов. «Результатом являются не классические неврозы, когда инфантильный импульс подавляется патриархальной властью, но современные недуги, при которых желание стимулируется, извращается и не получает ни адекватного объекта..., ни согласованных форм контроля» [42. Р. 43].

Однако речь в его работе шла не столько о психической болезни, сколько о *культурном нарциссизме* как всепоглощающем индивидуализме: «средства массовой информации придают содержание и тем самым усиливают нарциссические мечты о славе и знаменитости, поощряют обычного человека идентифицировать себя со звездами и ненавидеть “стадо”, что все более затрудняет ему принятие банальности повседневного существования» [42. Р. 21]. Тезисы Лэша оказались во многом пророческими. Когда в начале нулевых социальный психолог Джин Твендж и ее коллеги сравнивали типовые ответы на студенческие анкеты представителей разных поколений в разное время, то обнаружили отчетливую тенденцию к большей зацикленности молодых людей на *самих себе*, что выражалось, в частности, в гипертрофированной самооценке [47; 48].

Революция личности действительно происходит, но отнюдь не той «всесторонне развитой и гармоничной» личности, о которой говорили идеологи позднего СССР. Сегодня наблюдается очередной синтез элит, рождается очередная антагонистическая общественная формация. Личность как «обладание» вниманием (ограниченным ресурсом посткапиталистического общества) становится желанным благом и одновременно ключевым «инструментом влияния». Формируется новый господствующий класс (персоналиат), влияние которого растет преимущественно за счет развития социальных медиа.

Что же остается всем остальным? Есть основания сомневаться, что персоналиат дружелюбен по отношению к имперсоналиату (простым людям, не занимающимся творческой деятельностью и не обладающим какой-либо известностью). Какое дело многочисленным знаменитостям, микроселебрити или влиятельным представителям интеллигенции<sup>7</sup> до проблем обычных людей, «не обладающих личностью»? Исключения,

<sup>7</sup> Многие из которых уже давно обзавелись аккаунтами в Facebook, где контролируют небольшие, но «плодородные» (т. к. их читают такие же интеллектуалы и прочие влиятельные люди) «участки внимания».

разумеется, бывают всякие (в конце концов, как уже было отмечено, и среди тех же микроселебрити много левых). Но если говорить о «классовых позициях», то у большей части представителей персоналиата весьма специфические представления о мире, в котором главное — это *свобода* и *индивидуальный успех* (как материальный<sup>8</sup>, так и «личностный» — популярность как самоценность, востребованность результатов творческой деятельности<sup>9</sup>). Они имеют взгляд на мир, вообще присущий социальным верхам обществ с неравенством и эксплуатацией.

К каким-то левым идеям они, разумеется, восприимчивы. В конце концов, революция личности — это не то же самое, что революция буржуазии (а потому «классовое сознание» персоналиата все же противоречит «классовому сознанию» буржуазии). Скажем, популярность идеи безусловного дохода как раз обусловлена «хайпом» в богемной и интеллектуальной среде. Такой «хайп» закономерен: идея безусловного дохода по духу куда ближе к либерализму и либертарианству, нежели к коммунизму. Формула проста: освободить всех от вынужденного труда, выплачивать каждому определенную сумму денег, что позволит худо-бедно жить и заниматься творческой деятельностью. Главное здесь — свобода. То, что в творческой конкурентной борьбе неизбежны как победы, так и сокрушительные поражения, уже не имеет значения.

Персоналиат — это новые «правые» в мире творчества как преобладающего источника потребительных ценностей. Еще раз стоит отметить: представители персоналиата — это далеко не выразители общечеловеческих интересов. Когда молодые постматериалисты протестуют против смерти Джорджа Флойда, что становится причиной погромов и одним из факторов экономического упадка в эпоху коронавируса, это далеко не коммунистическая революция. Когда молодые и креативные блогеры распространяют либеральные ценности, что приводит к «оранжевым революциям», а попутно — к неолиберальным «шокам» и экономическим катастрофам, то это в большинстве случаев не то, что надо обычным людям, желающим стабильности.

Наступает эпоха серьезного «классового» противостояния, ведь пропасть между витающими в облаках представителями персоналиата и обычными людьми расширяется. И все технологические тенденции последних лет свидетельствуют об этом. Новые технологии возводят на пьедестал политического влияния ярких творческих личностей, но многие из этих же технологий способствуют автоматизации производства и лишают оказывающихся на обочине жизни «лишних людей» надежды на самореализацию.

В мире, в котором огромное количество людей умирает от недоедания и жажды, молодые представители персоналиата на потеху публике

<sup>8</sup> Здесь стоит говорить о своеобразной внутренней противоречивости персоналиата, так сказать, диалектике стремления к творческой самореализации и материальному «буржуазному» успеху.

<sup>9</sup> В этом «миксе» нет ничего удивительного. Между миром капитализма и зарождающимся миром посткапитализма нет сущностной пропасти. И это — не исторический прецедент. В конце концов, и капиталист может стремиться как исключительно к богатству, так и к изменению мира к лучшему.

смешивают тонны колы с тоннами «Ментоса». Такие политики, как Хиллари Клинтон, получают четырехкратное преимущество в борьбе за внимание популярной интеллигенции, селебрити и блогеров, но обычные люди из американской глубинки все равно голосуют за «приземленного» Трампа, что-то говорящего о рабочих местах в нефтяной промышленности и не особо заботящегося о политической корректности. В то время как объективно во всем мире сохраняется колоссальная нужда в общественно-необходимом труде (и даже, как показал COVID-19, в целых трудовых армиях) [9], представители персонала в модных книжках пишут о посттрудоовом обществе [23] и скором наступлении рая на Земле.

Персоналиату по большому счету нет никакого дела до того, насколько равны шансы на успех у всех представителей общества, в какой мере блага медицины и образования удовлетворяют все потребности общества, — ведь они *и так уже «добились всего сами»* (и даже там, где им просто повезло, они предпочтут говорить об их невероятном таланте, которого якобы нет у других [27]).

Все эти противоречия требуют тщательного изучения. Но уже сегодня ясно: то, что представители персонала (модные интеллектуалы, молодые интернет-активисты и т. п.) предлагают в качестве левой альтернативы капитализму, — это далеко не все варианты будущего. Имперсоналиату еще предстоит «критически переосмыслить» мир, в котором доминируют «люди, обладающие личностью».

## Литература

1. Антонов Е. От Кузьмы, Хованского и других известных видеоблогеров отписываются тысячи людей после клипов о выборах : Почему авторы не считают свои ролики агитацией и что известно о скандале на YouTube. — <https://paperpaper.ru/youtube-vote/> (дата обращения: 06.09.2020).
2. Белоусов Я. Российские ученые и писатели выступили против поправок в Конституцию : Либеральная интеллигенция задумалась о протесте. — <https://www.mk.ru/politics/2020/03/16/rossiyskie-uchenye-i-pisateli-vystupili-protiv-popravok-v-konstituciyu.html> (дата обращения: 06.09.2020).
3. Бузгалин А. В. Креативная экономика: частная интеллектуальная собственность или собственность каждого на все? // Социологические исследования. 2017. № 7(399).
4. Вирно П. Грамматика множества : К анализу форм современной жизни. М. : Ад Маргинем Пресс, 2015.
5. Горц А. Нематериальное : Знание, стоимость и капитал. М. : Изд-во Высшей школы экономики, 2010.
6. Давыдов Д. А. Личность и государство в терниях посткапитализма : На пути к новой антагонистической общественной формации. М. : URSS, 2020.
7. Давыдов Д. А. Личность, свобода творчества и отчуждение // Человек. 2019. Т. 30. № 1.
8. Давыдов Д. А. Неоконченная дискуссия: к вопросу о принципах выделения общественных формаций // Антиномии. 2020 № 2.
9. Давыдов Д. А. Общественно-необходимый труд в дискуссиях о посткапиталистическом будущем: «отменить» нельзя социализировать? // Общественные науки и современность. 2019. № 6.
10. Делягин М. Г. Конец эпохи: осторожно, двери открываются! М. : Политиздат : Книжный мир, 2020. Т. 2: Специальная теория глобализации.

11. **Жилин И.** Без соды и следствия : Чиновники услышали позицию Путина по Куштау и начали спасать гору: А что они отвечали простым людям? — <https://novayagazeta.ru/articles/2020/08/29/86874-bez-sody-i-sledstviya> (дата обращения: 06.09.2020).

12. **Иванов М.** Все обсуждают мем «Привет, я подсяду?» Его героиня — 14-летняя Оля Тывка из тиктока. Она рассказывает о феминизме и ЛГБТ : Теперь ее травят «Двач» и «Мужское государство». — <https://meduza.io/feature/2020/08/07/vse-obsuzhdayut-mem-privet-ya-prisyadu-ego-pridumala-14-letnyaya-olya-tykva-iz-tiktoka-ona-rasskazyvaet-o-feminizme-i-lgbt> (дата обращения: 06.09.2020).

13. Капитализм // Большая советская энциклопедия. — <http://bse.uaio.ru/BSE/1102.htm> (дата обращения: 06.09.2020).

14. **Комаров Д.** «Проблема в том, что богатые никак не нажмутся» : Максим Галкин выступил в поддержку активистов, защищающих шихан Куштау. — [https://www.znak.com/2020-08-17/maksim\\_galkin\\_vystupil\\_v\\_podderzhku\\_aktivistov\\_zachichayuchih\\_shihan\\_kushtau](https://www.znak.com/2020-08-17/maksim_galkin_vystupil_v_podderzhku_aktivistov_zachichayuchih_shihan_kushtau) (дата обращения: 06.09.2020).

15. **Лаццарато М.** Предприятие и неомонадология // Логос. 2007. № 4.

16. **Манукян В.** От Топурии и Плющенко до Ефремова и Бони: как звезды голосуют по поправкам в Конституцию. — <https://riafan.ru/1289779-ot-topurii-i-plyushenko-do-efremova-i-boni-kak-zvezdy-golosuyut-po-popravkam-k-konstitucii> (дата обращения: 06.09.2020).

17. **Маркс К.** Экономические рукописи 1857—1859 годов // **Маркс К., Энгельс Ф.** Сочинения. 2-е изд. М. : Издательство политической литературы, 1969. Т. 46. Ч. II.

18. **Мерзликин П., Лохов П.** Ведущая Алена Водонаева резко высказалась о рождаемости в России. Теперь ее критикует руководство страны, а полиция изучает ее инстаграм : Мы спросили у самой Водонаевой, что происходит. — <https://meduza.io/feature/2020/02/11/veduschaya-alena-vodonaeva-rezko-vyskazalas-o-rozhdaemosti-v-rossii-teper-ee-kritikuet-rukovodstvo-strany-a-politsiya-izuchaet-ee-instagram> (дата обращения: 06.09.2020).

19. От 12 тысяч и больше : Российские звезды массово рассказывают о своих пенсиях. — <https://tolknews.ru/news/30378-stalo-izvestno-kakie-pensii-polucaut-zvezdy-rossijskoj-estrady> (дата обращения: 06.09.2020).

20. Порноактрисы рассказали об ужасах съемок в фильмах для взрослых. — <https://live24.ru/obschestvo/29410-pornoaktrisy-raskryli-neprikladnuju-pravdu-ob-industrii.html> (дата обращения: 06.09.2020).

21. Президент США Трамп подписал новый указ против приложения TikTok. — <https://www.dw.com/ru/prezident-ssha-tramp-podpisal-novyy-ukaz-protiv-prilozhenija-tiktok/a-54578549> (дата обращения: 06.09.2020).

22. **Рулани Э.** Когнитивный капитализм: déjà vu? // Логос. 2007. № 4.

23. **Срничек Н., Уильямс А.** Изобретая будущее : Посткапитализм и мир без труда. М. : Strelka Press, 2019.

24. **Фишман Л. Г.** Ущербные «вечные машины» и посткапитализм // Свободная Мысль. 2018. № 5.

25. **Фишман Л. Г., Мартынов В. С., Давыдов Д. А.** Рентное общество: в тени труда, капитала и демократии. М. : Изд-во Высшей школы экономики, 2019.

26. **Флорида Р.** Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Классика-XXI, 2005.

27. **Фрэнк Р.** Успех и удача : Фактор везения и миф меритократии. М. : ИД Высшей школы экономики, 2019.

28. **Хардт М., Негри А.** Множество: война и демократия в эпоху империи. М. : Культурная революция, 2006.

29. **Щербак И.** «За пост предлагали миллион рублей» : Кто из знаменитостей поддерживает поправки и всенародное голосование : Список. — [https://www.znak.com/2020-06-18/kto\\_iz\\_znamenitostey\\_podderzhivaet\\_popravki\\_i\\_vsenarodnoe\\_golosovanie\\_spisok](https://www.znak.com/2020-06-18/kto_iz_znamenitostey_podderzhivaet_popravki_i_vsenarodnoe_golosovanie_spisok) (дата обращения: 06.09.2020).

30. **Щуренков Н.** Цена блога : Сколько стоит популярность в социальных сетях. — <https://www.kommersant.ru/doc/4284836> (дата обращения: 06.09.2020).

31. **Abidin C.** Internet Celebrity: Understanding Fame Online. Bingley : Emerald Publishing, 2018.

32. **Berger E.** American kids would much rather be YouTubers than astronauts. — <https://arstechnica.com/science/2019/07/american-kids-would-much-rather-be-youtubers-than-astronauts/> (дата обращения: 06.09.2020).
33. **Breslin S.** Porn Star 3.0 : This X-Rated Social Media Influencer Makes Seven Figures A Year. — <https://www.forbes.com/sites/susannahbreslin/2020/05/26/porn-star-30-this-x-rated-social-media-influencer-makes-seven-figures-a-year/#3990b8997966> (дата обращения: 06.09.2020).
34. **Del Rosario A.** Taylor Swift Blasts Trump’s “Calculated Dismantling Of USPS” Amid President’s Efforts To Decommission Services. — <https://deadline.com/2020/08/taylor-swift-blast-trump-usps-twitter-1203014449/> (дата обращения: 06.09.2020).
35. **Dirnhuber J.** VLOG’S A JOB Children turn backs on traditional careers in favour of internet fame, study finds. A survey of a thousand children has revealed nearly three-quarters of young people are considering career in online videos. — <https://www.thesun.co.uk/news/3617062/children-turn-backs-on-traditional-careers-in-favour-of-internet-fame-study-finds/> (дата обращения: 06.09.2020).
36. **Downs C.** OnlyFans, Influencers, And The Politics Of Selling Nudes During A Pandemic. — <https://www.elle.com/culture/a32459935/onlyfans-sex-work-influencers/> (дата обращения: 06.09.2020).
37. **Edogawa N., Hayashi M.** Shut up and sing? Celebrities’ political tweets bring backlash. — <http://www.asahi.com/ajw/articles/13367399> (дата обращения: 06.09.2020).
38. **Gardner A.** A Guide to All the Celebrity Endorsements for the 2020 Presidential Election. — <https://www.glamour.com/gallery/celebrity-endorsements-2020-presidential-election> (дата обращения: 06.09.2020).
39. **Greenspan R. E., Tenbarge K.** BLM protests have flipped the script for influencers used to walking the line between losing followers and political expression. Now, creators say the landscape has shifted. — <https://www.insider.com/blm-george-floyd-protests-influencers-political-meghan-rienks-woozie-fousey-2020-6> (дата обращения: 06.09.2020).
40. **Herrman J.** TikTok Is Shaping Politics. But How? — <https://www.nytimes.com/2020/06/28/style/tiktok-teen-politics-gen-z.html> (дата обращения: 06.09.2020).
41. **Katz E., Lazarsfeld P. F.** Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. Glencoe (IL) : The Free Press, 1955.
42. **Lasch C.** The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations. N. Y. : W.W. Norton & Co., 1991.
43. **Lazarsfeld P. F., Berelson B., Gaudet H.** The People’s Choice. N. Y. : Columbia University Press, 1948.
44. **Senft T.** Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks (Digital Formations). N. Y. : Peter Lang Publishing, Inc., 2008.
45. **Sheffield M.** Poll: Most voters say celebrity political endorsements don’t matter. — <https://thehill.com/hilltv/what-americas-thinking/448585-poll-most-americans-say-celebrity-political-endorsements-have> (дата обращения: 06.09.2020).
46. **Shevenock S.** Nearly 9 in 10 People Said No Celebrity Endorsement Would Sway Their Vote. But public increasingly sour on celebrities who endorse political candidates they dislike. — <https://morningconsult.com/2020/02/11/nearly-9-in-10-people-said-no-celebrity-endorsement-would-sway-their-vote/> (дата обращения: 06.09.2020).
47. **Twenge J.** Generation Me: Why Today’s Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled and More Miserable Than Ever Before. N. Y. : Free Press, 2006.
48. **Twenge J. M., Campbell S. M.** Generational differences in psychological traits and their impact on the workplace // Journal of Managerial Psychology. 2008. № 23(8).
49. **Vercellone C.** The Becoming Rent of Profit // Knowledge Cultures. 2013. № 2(1).
50. **Wenger A.** World After Capital. — <https://worldaftercapital.org/> (дата обращения: 06.09.2020).
51. When stars get political: Jane Fonda, Taylor Swift, Alyssa Milano, Kanye West and more. — <https://www.usatoday.com/picture-gallery/life/people/2019/01/03/celebrities-talk-politics-taylor-swift-kanye-west/2471971002/> (дата обращения: 06.09.2020). ◆