



DOI: 10.22363/2313-2272-2026-26-2-638-644

EDN: XFRPOB

Три силы цифрового капитализма*

И.В. Чеховский¹, Т.И. Чеховский²

¹Аналитический центр ВЦИОМ
ул. Пречистенка, 38, Москва, 119034, Россия,

²Российский университет дружбы народов,
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, 117198, Россия

(e-mail: chekhovskiy_i@wciom.com; 1132221204@rudn.ru)

Аннотация. Статья представляет собой рецензию на книгу С. Пфайффер «Цифровой капитализм и распределительные силы», в которой предложен новый теоретический подход к пониманию современной капиталистической динамики. Авторы рецензии выделяют ключевой неологизм Пфайффер — «распределительные силы» (реклама, логистика, контроль и предсказание), которые, в отличие от производительных сил, нацелены не на создание, а на реализацию стоимости. В этом смысле книга объединяет марксистскую политэкономию и концепцию К. Поланьи, критикуя кажущуюся «нематериальность» цифрового капитализма. Авторы отмечают эвристическую ценность предложенной концепции, а также обоснованность критики идей Д. Шиллера и М. Бетанкура.

Ключевые слова: критическая политическая экономия; цифровой капитализм; распределительные силы; реализация стоимости; платформенная экономика

Для цитирования: Чеховский И.В., Чеховский Т.И. Три силы цифрового капитализма // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2026. Т. 26. № 2. С. 638–644. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2026-26-2-638-644> EDN: XFRPOB

Книга немецкого социолога и экономиста С. Пфайффер вносит значимый вклад в критическую оценку цифрового капитализма инструментами политэкономию. В отличие от преобладающих в данной области работ, акцентирующих внимание на технологической новизне цифрового капитализма (индустрия 4.0, искусственный интеллект, платформы) или его экстрактивных механизмах (надзорный капитализм), Пфайффер опирается на марксистское понятие «производительных сил» и идею «великой трансформации» К. Поланьи и вводит категорию «распределительные силы», призванную объяснить структурный сдвиг в современном капитализме — от оптимизации производства к оптимизации

*© Чеховский И.В., Чеховский Т.И., 2026

Статья поступила в редакцию 06.04.2026. Статья принята к публикации 12.05.2026.

реализации стоимости: «Главная проблема современного развитого капитализма — это реализация произведенных стоимостей на рынках. Стратегии рыночного расширения и потребления составляют основные элементы все более значимого и все более конкурентного поля. Наряду с производительными силами, направленными на порождение стоимости, все более важными становятся силы, нацеленные на реализацию стоимости» [1. С. 19]. Иными словами, цифровизация интересна Пфайффер не сама по себе, а как инструмент решения давней капиталистической проблемы — продажи того, что произведено в избытке [6].

Свою исходную гипотезу Пфайффер формулирует так: в условиях развитого глобального капитализма, характеризующегося перманентным перепроизводством и обострением конкуренции за ограниченный платежеспособный спрос (потребителя), «узким горлышком» становится не создание стоимости, а ее реализация на рынке. Соответственно, цифровизация оказывается востребована не столько как производительная сила (хотя и этот аспект сохраняется), сколько как средство снижения рисков и издержек обращения, расширения рынков и стимулирования потребления. Термин «распределительные силы» охватывает всю совокупность технологических, организационных и институциональных мер, направленных на обеспечение быстрой, безрисковой и долгосрочной реализации прибавочной стоимости.

Пфайффер подчеркивает, что данная проблема не нова, но ее масштаб и значимость сегодня беспрецедентны: «Конкуренция на глобальных рынках по-прежнему заставляет искать максимально дешевые формы производства. Но еще более важной становится конкуренция за недостаточное число покупателей. Усилия корпораций, нацеленные на повышение эффективности и оптимизацию, все больше ориентированы на рынок, который они стремятся обслуживать с большей скоростью, более планомерно и применяя таргетирование» [1. С. 18]. Именно здесь цифровизация оказывается «особенно полезной», хотя и не решает фундаментальной проблемы, а усугубляет ее: цифровизация — инструмент, пригодный лишь ограниченное количество времени, поскольку расширение рынков и стимуляция потребления посредством цифровизации неизбежно создают новые дисбалансы, усугубляя кризисные тенденции капитализма, ускоряя движение к экологической и социальной катастрофе. Таким образом, интенсификация гонки за потребительским спросом лишь увеличивает частоту экономических кризисов.

Пфайффер выделяет три основные распределительные силы: реклама и маркетинг (формирование и таргетирование потребительского желания); транспорт и складирование (физическая доставка товара к месту реализации); контроль и предсказание (интеграция цепочек создания и реализации стоимости через цифровые системы управления, ERP-

системы (планирования ресурсов предприятия — Enterprise Resource Planning), большие данные и алгоритмы). Важно подчеркнуть, что распределительные силы не вытесняют производительные, а становятся их доминирующей подсистемой, т.е. Пфайффер говорит не о цифровом капитализме как таковом, а о капитализме распределительных сил как новой фазе капитализма. Эта фаза сохраняет базовую логику присвоения прибавочной стоимости, но центр конкурентной борьбы смещается в сферу оборота: «Новизна распределительных сил заключается не в мотивации, стоящей за их применением, и не в их внутреннем системном значении для розницы, продаж и прибыли... при развитом глобальном капитализме новизна состоит в их относительном значении, выросшем среди других производительных сил» [1. С. 292].

Методологически книга выстроена как последовательное выявление и преодоление двух «слепых пятен» в актуальных дискуссиях. Первое — «размывание» категории стоимости: Пфайффер подробно разбирает концепции Д. Шиллера (автор термина «цифровой капитализм») и М. Бетанкура, показывая, что оба не дают удовлетворительного ответа на вопрос, где и как создается стоимость в цифровую эпоху. Шиллер, сосредоточившись на геополитике и материальной инфраструктуре, фактически не затрагивает вопросы стоимости, а Бетанкур, апеллирующий к «нематериальности», впадает в противоречие, отождествляя стоимость с меновой стоимостью и подменяя производство реализацией. Опираясь на идеи М. Маццукато (в частности, работу «Ценность всех вещей») [2; 3]), Пфайффер показывает, что неоклассическое вытеснение вопроса о стоимости идеологически мотивировано, а марксистская дихотомия потребительной и меновой стоимости сохраняет аналитическую силу и для цифровых продуктов. Последние, несмотря на свою кажущуюся «нематериальность», всегда имеют физический субстрат (код, серверы, электропитание), а их стоимость по-прежнему определяется живым трудом, включая неоплачиваемый труд пользователей: «код — это не ничто; какие-то вещи он позволяет делать, а какие-то — нет... нематериальное также содержит определенную сферу назначения, возможной полезности, т.е. потребительную стоимость» [1. С. 130].

Второе «слепое пятно» — недооценка сферы обращения (реализации) в классическом марксизме. Пфайффер обращается к работам К. Поланьи [5], реконструируя его тезис о том, что великая трансформация состояла в превращении труда и природы в товар. Однако, по мнению автора, Поланьи и Маркс (а вслед за ними и большинство современных теоретиков) проигнорировали вопрос о том, как функционирует сфера продаж, но именно здесь происходит новая «великая трансформация»: реализация стоимости становится критической проблемой и одновременно самостоятельной сферой капиталовложений.

Три распределительные силы — не технологическая случайность, а системный ответ на имманентную капитализму тенденцию к перепроизводству и кризисам: «Перепроизводство, расширение и потребление, как и соответствующая им потребность постоянно ускорять оборот товаров и денег и в то же время снижать издержки предприятия в целом, не могут целиком и полностью объясняться одной лишь Цифрой: судя по всему, мы имеем дело с экономическими механизмами, которые обладают огромным физическим измерением, пусть оно часто и упускается на уровне анализа» [1. С. 287].

Эмпирическая часть монографии носит иллюстративный характер — демонстрирует эвристический потенциал предложенной концепции. Сравнивая ключевые показатели компаний GAFAM (Google, Amazon, Facebook¹, Apple, Microsoft) с традиционными производителями (Volkswagen, Tesla) и софтверным гигантом SAP, Пфайффер показывает, что наиболее успешны те компании, которые сумели монополизировать распределительные силы. Особое внимание она уделяет Amazon, которую определяет как «торговый капитал 4.0», — компания извлекает прибыль не из производства, а из организации доступа к рынку, логистики и предсказания спроса: «Среди всех корпораций GAFAM Amazon во многих отношениях представляется особым случаем... Расходы на распределительную силу “транспорт и складирование” составили 37,9 миллиарда долларов, т.е. 13,5 % годового дохода» [1. С. 385]. Эти цифры показывают, что Amazon не столько технологическая компания, сколько логистический гигант, значительная часть прибыли которого возникает благодаря контролю над оборотом товаров.

Пфайффер выделяет два катализатора современной реализации стоимости. Первый — венчурный капитал, обещающий бесконечное расширение рынка, однако на деле часто приводящий к созданию инвестиционных пузырей: «Венчурный капитал часто считают “святым Граалем масштабирования”, тогда как крупные инвестиционные компании называют, соответственно, “монстрами масштабирования”» [1. С. 357]. Второй катализатор — «вездесущее потребление», формирующее привыкание и автоматизирующее акт покупки через цифровые интерфейсы (дизайн продуктов целенаправленно вырабатывает у пользователей поведенческие зависимости) [7].

Завершая книгу, Пфайффер обращается к нормативному измерению современного цифрового капитализма: распределительные силы, обслуживающие логику бесконечного роста, вступают в непримиримое противоречие с конечностью природных ресурсов и репродуктивными способностями человека. Искусственный интеллект и машинное

¹ Принадлежит корпорации Meta, запрещенной на территории Российской Федерации

обучение, вопреки техно-оптимистическим нарративам, не снимают это противоречие, а напротив, усугубляют его, порождая непреднамеренные разрушительные эффекты: «углеродный выброс от обучения одного-единственного ИИ/МО (искусственного интеллекта/машинного обучения) почти в пять раз больше среднего автомобиля с двигателем внутреннего сгорания (включая производство автомобиля и его эксплуатацию в течение всего жизненного цикла) и равен 300 перелетам между Сан-Франциско и Нью-Йорком» [1. С. 423–424].

Книга Пфайффер обладает рядом несомненных достоинств: вводит четко операционализируемое понятие «распределительные силы», которое позволяет связать микроуровень организационных и технологических практик с макроуровнем капиталистической динамики; демонстрирует продуктивность синтеза марксистской политэкономии и институционального подхода Поланьи, избегая как экономического детерминизма, так и техноцентризма; обоснованно критикует распространенные в цифровых исследованиях иллюзии «нематериальности» и «нулевых предельных издержек», включая в анализ физические, экологические и трудовые аспекты. Особого внимания заслуживает критика «калифорнийской идеологии» и техно-либертарианства: Пфайффер показывает, что обещания цифрового изобилия и децентрализации на деле оборачиваются новой концентрацией власти и богатства — «даже Всемирный экономический форум готов прописать хотя бы “немного марксизма”, под чем имеется в виду безусловный базовый доход. Но цель в этом контексте — не защитить людей от обнищания, вызванного тем, что цифровизация способна уничтожить множество рабочих мест, но поддержать массовое потребление, на которое опирается капитализм» [1. С. 22]. Так, высказывания марксистов, что корпорации в своей деятельности ориентируются лишь на прибыль, считаются односторонними и вызывают критику, а обсуждение социальной ответственности тех же корпораций, сводимой лишь к «увеличению прибыли», принимается как нечто самоочевидное.

Оценить новизну подхода Пфайффер помогает его соотнесение с другими влиятельными теориями в данной области. Так, в отличие от Ш. Зубофф, делающей акцент на экстракции «поведенческого излишка» и надзоре как новой форме накопления [4], Пфайффер считает, что надзор сам по себе есть лишь средство, а целью остается гарантированная реализация стоимости. Зубофф пишет о «надзорном капитализме» как о новой логике, но Пфайффер показывает, что это лишь оцифрованная версия старой логики капитала, но с беспрецедентной степенью интенсификации: «Мой предмет — не новый капитализм, а скорее определенная динамика, которая приобрела большее значение в рамках самого капитализма» [1. С. 312]. Другая теория — «платформенно-

го капитализма» Н. Срничека, в которой платформы представлены как новый тип бизнес-модели. Однако Пфайффер показывает, что платформы — лишь одно из проявлений распределительных сил, причем далеко не единственное: традиционные промышленные предприятия, внедряющие ERP-системы и цифровые интерфейсы с клиентами, также участвуют в гонке распределительных сил. В этом смысле подход Пфайффер оказывается более общим и объясняет не только появление Uber или Airbnb, но и трансформацию уже существующих индустрий.

Работа Пфайффер — пример теоретически строгой и социально ангажированной критической политэкономии, способной конкурировать с мейнстримными социально-экономическими и культурно-критическими подходами в предоставлении концептуальных инструментов для понимания глубинных противоречий цифровой трансформации современного мира. В отношении «цифрового капитализма» Пфайффер настроена достаточно скептически, но не исключительно негативно: цифровизация сама по себе не является ни освободительной, ни разрушительной силой — она усиливает имманентные свойства капиталистического способа производства. Поэтому любые попытки регулирования или альтернативного использования цифровых технологий должны начинаться не с технологического дизайна, а с изменения целевых установок — необходимо перенести акцент с максимизации реализации стоимости на обеспечение воспроизводства социального и природного капиталов: «Если бы мы могли последовательно проводить такую цифровизацию на глобальном уровне, у нас возникла бы вполне цифровая экономика, однако она больше не была бы (более или менее цифровым) капитализмом» [1. С. 430].

Библиографический список

1. *Пфайффер С.* Цифровой капитализм и распределительные силы / пер. с англ. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Павлова. М.: Изд. дом ВШЭ, 2026.
2. *Маццукато М.* Ценность всех вещей. Создание и изъятие в мировой экономике. М.: Изд. дом ВШЭ, 2021.
3. *Маццукато М.* Предпринимательское государство: развеим мифы о государстве и частном секторе. М.: Изд. дом ВШЭ, 2023.
4. *Зубофф Ш.* Эпоха надзорного капитализма. М.: Изд-во Института Гайдара, 2022.
5. *Поланьи К.* Великая трансформация. Политические и экономические истоки нашего времени. СПб.: Алетейя, 2002.
6. Маркетплейсы в России: новая эра электронной торговли. 28.02.2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/marketpleisy-v-rossii-novaja-ehra-ehlektronnoi-togovli?ysclid=mqfue7cphv289294263>.
7. Настоящее и будущее рекламы: ИИ, персонализация и покупки из контента. 23.03.2026. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nastojashchee-i-budushchee-reklamy-ii-personalizacija-i-pokupki-iz-kontenta>.

DOI: 10.22363/2313-2272-2026-26-2-638-644

EDN: XFRPOB

Three forces of digital capitalism*

I.V. Chekhovsky¹, T.I. Chekhovsky²

¹VCIOM Analytical Center,
Prechistenka St., 38, Moscow, 119034, Russia

²RUDN University,
Miklukho-Maklaya St., 6, Moscow, 117198, Russia

(e-mail: chekhovskiy_i@wciom.com; 1132221204@rudn.ru)

Abstract. The article is a review of S. Pfeiffer’s book *Digital Capitalism and Distributive Forces*, which proposes a new theoretical approach to understanding contemporary capitalist dynamics. The authors highlight Pfeiffer’s key neologism “distributive forces” (advertising, logistics, control and forecasting), which, unlike productive forces, aim not at creating but at realizing value. In this sense, the book combines Marxist political economy and K. Polanyi’s conception, criticizing the apparent “immateriality” of digital capitalism. The authors note the heuristic value of the proposed concept and reasonable criticism of the ideas of D. Schiller and M. Bettencourt.

Key words: critical political economy; digital capitalism; distributive forces; value realization; platform economy

For citation: Chekhovsky I.V., Chekhovsky T.I. Three forces of digital capitalism. *RUDN Journal of Sociology*. 2026; 26 (2): 638–644. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2026-26-2-638-644> EDN: XFRPOB

* © Chekhovsky I.V., Chekhovsky T.I., 2026

The article was submitted on 22.11.2025. The article was accepted on 15.01.2026.