

# Понятие денег в конструкте цифрового общества

## Ш. Зубофф

А. А. Шамшурин

Удмуртский государственный университет,  
Российская Федерация, 426034, Ижевск, ул. Университетская, 1

**Для цитирования:** Шамшурин А. А. Понятие денег в конструкте цифрового общества Ш. Зубофф // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2026. Т. 42. Вып. 1. С. 94–106. <https://doi.org/10.21638/spbu17.2026.108> EDN JJZCKR

Деньги как категория социальных отношений рассматриваются в рамках теории цифрового общества. Сущность данной теории раскрывается через конструкт надзорного капитализма Ш. Зубофф, смысл которого подводится к понятию денег. По сути, деньги есть то, что они делают. Капитализм выражается в деятельности, являющей деньги самоцелью, достигаемой посредством купли-продажи. Это обмен ради самого обмена. Путь развития капитализма представляет собой интенсификацию производительной силы труда, заключенного в товарной стоимости, и поэтому выражается в процессе цифровизации. Прежде всего цифровизация охватывает то, что направлено на управление товарообменом. Опираясь на марксовский капитализм, мы можем прояснить отличительную черту надзорного капитализма, которая предстает новым аспектом понимания денег. Они продолжают существовать в качестве всеобщего эквивалента обмена, как в теории капиталистического общества К. Маркса, однако в их обращении обнаруживается промежуточная инстанция цифрового надзора. В цифровой среде социальных отношений, где существуют концептуально выписанные бренды и технологии управления товарно-денежным обращением, понятие денег встречается с понятием бонусных баллов. Показано, что в результате обмена денег на баллы и баллов на деньги происходит концептуализация денежного обращения. Вследствие чего возникает балльно-денежная единица — структура, позволяющая объяснить, в частности, криптовалюту. С помощью концептуализации потребности осуществляется собирание денег на территории определенного бренда в виде балльно-денежного отношения. В обществе надзорного капитализма денежная масса оказывается материей, заключенной в концептуальную форму цифрового капитала. Форма терроризирует деньги, приводя их свободное рыночное движение в замкнутый на одной концепции обмен. В целом выводы исследования показывают, что капитализм через цифровизацию выходит на уровень концептуализации денежного обмена. Доверие к деньгам становится верностью определенной концепции бренда/криптовалюты. Появление концептуальных технологий управления свободным денежным обращением может указывать на новый вариант принудительного курса денежной политики.

*Ключевые слова:* социальная философия, цифровое общество, надзорный капитализм, капитализм, труд, обмен, деньги, баллы, бренд, программа лояльности.

## Введение

Цифровизация уже охватила 3 млрд человек и продолжает расширяться, включая все новых пользователей в процесс приобщения к интернет-технологиям [1,

с. 12]. Шосана Зубофф (Shoshana Zuboff) исследует такой аспект этого процесса, как цифровая социальность. В основе цифровизации, пишет Зубофф, лежит идея цифрового общества, которая берет свое начало в реализации проекта осведомленного/умного дома для всех и каждого. По Зубофф, умный дом — это современный социальный идеал. «Все живое ориентируется на свой дом. Это точка отсчета, которая помогает каждому виду выстраивать свои ориентиры. Без ориентиров невозможно проложить путь по неизвестной территории; без ориентиров нам конец» [1, с. 12].

Цифровое будущее подразумевало под собой заботу об индивидах, безопасность, организацию общественной жизни на основе цифровых технологий. Однако в осмыслении общества, согласно выбранному цифровому ориентиру, начинает проявляться экономический императив, продиктованный тенденцией научно-технического развития. Здесь Ш. Зубофф обнаруживает проблему нехватки социальных оснований цифровизации, что находит выражение во введенном ей конструкте надзорного капитализма и возникновении так называемой инструментальной власти Большого Другого [1, с. 18, 459].

Как указывает Ш. Зубофф, «новый» надзорный капитализм имеет как сходства с капитализмом К. Маркса (Karl Marx), так и отличия от него [1, с. 18]. Сходства со «старым» капитализмом делают из него модернизированную, пересмотренную с точки зрения цифровизации, версию той же марксовской социально-экономической концепции. В то время как различия, вложенные в предикат «надзорный», должны составлять новый смысл (признак) сущности капитализма. Стало быть, для того чтобы понять содержание понятия надзорного капитализма, сначала следует рассмотреть сходства, а затем последовательно перейти к отличиям, тем более что заданная Ш. Зубофф структура работы «Эпоха надзорного капитализма» располагает к такому ходу исследования.

При первом, самом поверхностном анализе становится ясно, что как надзорный капитализм, так и промышленный капитализм основываются на теории стоимости. По Марксу (Зубофф берет за основу именно его исследования капитализма), в капиталистическом обществе чистая форма стоимости определяется в виде денег [2, с. 79]. Иначе говоря, при капитализме деньги выражают форму стоимости вообще. Поэтому теория стоимости в рамках капитализма есть теория денег. Поскольку цифровое общество раскрывается через конструкт капитализма, пусть и надзорного, то ему также присуща денежная форма стоимости. Она является общей для обоих капитализмов. Другими словами, стоимость в понятии «капитализм», какой бы он ни был — надзорный или промышленный, — по определению выражается в форме денег. Это и будет то первоначальное сходство, с которого следует начать исследование.

Более того, понятие денег оказывается сквозным. Через него прослеживаются различия капитализмов, а следовательно, именно через него раскрывается сущность/признак понятия надзорного капитализма. Предикат «надзорный», который включен в понятие капитализма цифрового общества, указывает на возможность расширить теорию стоимости, или, по крайней мере, рассмотреть иной аспект понимания денег.

Однако в своем исследовании цифровизации капиталистического общества Ш. Зубофф с самого начала обращена в сторону концепции осведомленного/умного дома как своего рода основания, или прообраза, социальной идеи. В данной

работе предметом исследования выступает смысл, вкладываемый в понятие денег в надзорном капитализме.

Прежде чем начать, необходимо пояснить методологию. «Капитализм» рассматривается как теоретический конструкт, благодаря которому понимается определенная область социальной реальности и раскрывается смысл действий человека. Несмотря на то что конструированность капитализма прямо указывает только на его дискурсивную сторону, все же она не является полностью герметичной, в противном случае наше исследование было бы односторонним. Конструктивистский подход в социальной философии позволяет задать часть реальности в виде ее когнитивной структуры (П. Бергер, П. Бурдьё, Т. Лукман). Дискурсивный подход к конструктам реальности разрабатывается в трудах современной континентальной философии (Дж. Агамбен, Ж.-Л. Нанси, М. Фуко и др.). В этом плане конструкты Маркса и Зубофф, описывающие социальную реальность, представляются особыми языковыми конструктами, которые могут быть поняты не через их материальную основу, а через «понимательную»/интеллигибельную структуру денег. Поэтому за методологическую основу берется конструктивно-герменевтический анализ. Данный метод разрабатывается в рамках направления исследований по социальной онтологии в конструктивно-герменевтическом аспекте (О. Н. Бушмакина, Н. Б. Полякова, А. В. Яркеев и др.). Этот выбор обосновывается исследовательской целью, которая состоит в раскрытии сущности надзорного капитализма через понятие денег.

## **Генетические предпосылки формирования теории стоимости К. Маркса**

Для того чтобы задать понятие денег в качестве общего места пересечения обоих капитализмов, следует рассмотреть основные предпосылки денежной теории К. Маркса. Они складываются из предшествующих взглядов на определение категории денег. Теория стоимости Маркса генетически восходит к аристотелевской систематизации знания об управлении имуществом в домохозяйстве («ойко-номия») в рамках государственного устройства. Государство понимается Аристотелем как политическое общение, которое включает в себя различные меньшие виды общения. Каждое общение организуется ради какого-либо блага [3, с. 376].

Первый вид общения есть семья, которая организуется ради удовлетворения повседневных нужд. Несколько семей образуют поселение, удовлетворяющее долговременные и более сложные потребности. Несколько поселений образуют государство, целью которого является высшее благо [3, с. 378–379]. Деятельность, заключенная в общении и направленная на получение разного рода благ, выстраивается согласно науке об управлении хозяйством, преумножении имущества, т. е. богатства.

Собственность как часть домохозяйства имеет два способа пользования. Первый состоит в непосредственном потреблении ее свойств, а второй — в том, что собственность как товар может быть обменена на другой товар, в котором есть полезная надобность. Среди товаров выделяется один или несколько, которые более других являются востребованными. Они способны выступать в качестве средства обмена, когда в силу целесообразности заменяется то, что не нужно, на то, что в данное время нужно. Такой товар — деньги — возникает по «естественной» при-

чине избавления от издержек при обмене. Здесь деньги служат средством обмена для обеспечения экономической деятельности, но никак не его целью. Аристотель называет превращение денег в цель «противоестественным», поскольку оно означает ошибочное стремление к накоплению того, что не имеет полезных потребляемых свойств. Денежное богатство представляется бесконечным, в отличие от богатства имущественного [3, с. 390–392]. Деньги должны быть средством обмена, а не целью, так как смысл экономической деятельности, направленной на деньги, утрачивается по причине отсутствия пределов. Так капитализм раскрывается через фикцию блага.

Генетическая схожесть Аристотеля с Марксом прослеживается в анализе последним различий богатства расточительного и промышленного, при капитализме и социализме, когда деньги суть цель или средство. Отношение Маркса к количественно неограниченной потребности в деньгах подобно аристотелевскому. Как он указывает, универсальная денежная потребность в капиталистическом обществе затмевает собой даже некоторые физиологические потребности [4, с. 599–602].

После Аристотеля деньги как средство обмена раскрывались через два основных способа их определения: металлический и номиналистический. Первый заключался в том, что монеты как средство имеют эквивалентную стоимость веса драгоценного металла. Второй — в том, что деньгами может быть то, что люди и/или государство признают и назовут таковыми, т. е. все, что угодно [5, с. 113–114].

Вопрос о денежной стоимости А. Смит (Adam Smith) рассматривает с точки зрения политической экономии, науки о государственном хозяйстве. В этом смысле прослеживается его преемственность с Аристотелем. Хозяйство имеет денежное измерение. Деньги соединяют труд отдельного человека и общественное разделение труда. Они позволяют существовать стремлению к общему благу, при котором каждый человек в отдельности может стремиться к своей личной выгоде. Капитал выражается в деньгах, и под ним понимается все достояние человека. Он имеет социально-политическую природу, а деньги — экономическую. С одной стороны, деньги являются отражением социального взаимодействия производителей — производственные отношения, а с другой — они позволяют увеличить производительность труда. А. Смит первым открывает закон обратного соотношения производительности труда и стоимости [6, с. 57].

Д. Рикардо (David Ricardo) вводит понятия потребительной и меновой стоимости. Потребительная стоимость создается в процессе труда. Меновая стоимость определяется количественно и зависит от затраченного на производство товара рабочего времени [6 с. 91].

Таким образом, марксовская теория использует и собирает в систему данные понятия. При этом становится ясно, что: 1) следует отличать деньги и капитал; 2) капитал носит денежное количественное выражение, он есть деятельность, направленная на конечный результат и изначально имеющая цель в виде денег; 3) капитал предъявляет социальные отношения, которые обозначаются количественно денежными единицами и могут носить денежное измерение. Поэтому рассмотрение понятия денег в качестве центрального понятия конструкта капитализма оправданно. В деньгах капитализм предъявляет себя и в деньгах обнаруживает свою главную цель.

## Амбивалентность стоимости и труда. Капитализация труда

Перейдем к денежной структуре марксовского капитализма для того, чтобы выявить его различие с надзорным капитализмом Ш. Зубофф. По Марксу, товарная форма стоимости выражается как потребительная и меновая стоимости. Если потребительная стоимость представляет собой полезные качества товара (или просто качество), то меновая стоимость является в виде количественного соотношения единиц товаров в обмене. Обмен количества единиц одного товара на количество единиц другого товара означает, что обмениваемый товар имеет относительную форму стоимости, т. е. стоимость в своем отношении к другому товару, на который он обменивается. Слово «стоит» в формулировке «это стоит то» указывает на равенство как условие обмена. Другой товар служит в роли того, на что совершается обмен, и выражает эквивалентную стоимость. Эквивалентная форма стоимости устанавливает для товара то, чему он становится подобен в обмене. Когда одно обменивается на другое, они необходимо должны быть соизмеримы [2, с. 69–70].

Именно в деньгах как всеобщем эквиваленте обмена каждый товар становится деньгоподобным, т. е., как бы теряя свою природу/качество, он начинает «стоять деньги». Так все товары приравняются к одному. Это одно становится знаком всего — общественным иероглифом, который, как заметил К. Маркс, люди хотят разгадать [2, с. 84]. Или, иначе говоря, это одно — стоимость/деньги — подразумевается в качестве сущности, а поскольку и когда неясны ее причины и начала, постольку и тогда она понимается как самостоятельная. При помощи денежной формы товары, взятые сами по себе, будто бы вступают друг с другом в особое общественное отношение [2, с. 102]. Так при капитализме в товарных отношениях между товаровладельцами возникает товарный фетишизм [2, с. 90–92].

Денежная субстанция противопоставляется труду, поскольку определенному товару всегда предшествует определенный труд. Здесь для теории стоимости открывается то, что можно назвать «понимательной» структурой (М. К. Мамардашвили). Через структуру труда понимаются деньги. Товары являются соизмеримыми благодаря труду, заключенному в их стоимости, тогда как деньги являются только мерой стоимости [2, с. 104]. Так трудовая предструктура позволяет обнаружить товарный фетишизм как феномен капитализма, как денежный фетишизм.

Поскольку «труд» предвосхищает «товар», то, следовательно, в нем уже заведомо должны содержаться количественная и качественная стороны как «зачатки» меновой и потребительной стоимостей товара [2, с. 50–52]. Количественно «труд» определяется в виде простого абстрактного труда, или рабочего времени. Абстрактный человеческий труд есть труд, взятый без качественных различий и относящийся не к потребительной стоимости товара, а только к меновой стоимости, выраженной количественно [2, с. 46–47]. Количество стоимости складывается из количества общественно необходимого человеческого труда, затраченного на производство товара [2, с. 52–53]. С точки зрения качества «труд» обозначается в виде конкретного полезного труда, содержащегося в полезном свойстве произведенного продукта [2, с. 50–51].

Количество труда составляет количественную сторону товара, а точнее, меновую стоимость, которая по существу в чистой форме имеет денежное выражение [2, с. 79–80]. В денежной стоимости все потребительные стоимости одинаковы. Од-

нако, рассматривая денежную стоимость, требуется учитывать конкретный полезный труд, формы которого различаются между собой качественно и без которого не был бы возможен денежный обмен.

Таким образом, денежный обмен включает в себя количество и качество. Для того чтобы обмен происходил, товары должны различаться между собой, т. е. должны быть взяты конкретно [2, с. 96]. (Далее в статье будет показано, как конкретика обмена приобретает цифровой вариант.) Если конкретный труд предшествует каждому конкретному товару, то, следовательно, общественное разделение и производительные силы этого конкретного труда (рассматриваемые как абстрактный средний человеческий труд) должны предшествовать денежному товарообмену [2, с. 97].

Тем самым К. Маркс показывает, что происхождение денег не просто имеется в товаре и количестве рабочего времени, затраченного на его производство, но содержится в конкретном труде рабочего [2, с. 210]. Ввиду этого складывается материалистический взгляд на понятие денег. Но такой взгляд пока еще нельзя назвать вполне марксовским/марксистским, так как он не является диалектическим, т. е. учитывающим разнообразие сторон рассматриваемого предмета (Э. В. Ильенков).

В том, что производительные силы и разделение труда являются условием денежного обмена, потому как товары в обмене необходимо должны содержать в себе качественные различия, имеется обратная сторона: невозможно теоретически допустить высокий уровень общественного разделения труда без денег. Так, Дж. Гольдштейн пишет, что без всеобщего средства обмена каждый отдельный человек занимался бы только тем, что непосредственно связано с его жизнедеятельностью, т. е. натуральным хозяйством, тем самым исключается как научно-техническое развитие, так и высокий уровень профессиональной специализации индивидов [7, с. 34–35].

Получается, что чем выше уровень производительных сил и разделения труда, тем больше его денежная обусловленность. Деньги становятся условием разделения труда, они позволяют специализироваться труду и осуществляться обмену полезными товарами [2, с. 180–181, 186–187]. Понятие предструктуры как бы постепенно оборачивается денежной причинностью. Труд начинает пониматься через деньги. К. Маркс называет этот процесс капитализацией труда. Только учитывая такую взаимообусловленность труда и денег, денег и труда можно говорить о марксовской/марксистской точке зрения на понятие стоимости.

Капитализация труда способствует его дальнейшему разделению и развитию, что по сути означает усложнение труда. Сложный труд в денежной стоимости выражается как сумма простого среднего. При усложнении труда увеличиваются производительные силы. Средние производительные силы труда различаются между собой в отдельных государствах и культурно-исторических эпохах [2, с. 53].

Таким образом, соотношение «денег» и «труда» рассматривается не только логически, но и исторически. С этой точки зрения цифровое общество Ш. Зубофф подразумевает особенную культурно-историческую эпоху, под которой понимается особый уровень развития производительных сил труда. Согласно такой интерпретации цифрового общества, понятие надзорного капитализма неизбежно включает в себя высокий уровень разделения труда, необходимо опирающийся на соответствующую ему массу денег, с помощью которой совершаются производство и обмен товарами. В этом процессе, собственно, осуществляется сам труд.

Как видим, представленный признак надзорного капитализма должен основываться на денежной обусловленности разделения труда, или определяющего отношения денег к конкретному полезному труду. Можно без преувеличения сказать, что здесь деньги являются центральным концептом.

### Цифровизация капитала

В конструкторе Ш. Зубофф последующее усложнение труда и возрастание его производительных сил происходят в виде цифровизации общества. В цифровом обществе сложный труд выражается в исключительной роли интернет-технологий, цифровых программ и искусственного интеллекта (здесь имеются в виду нейросети: взаимосвязь двух и более программ). Можно заметить, что цифровизация раскрывается как усложнение труда. Поэтому процесс цифровизации совпадает с капитализацией труда. Так, Ш. Зубофф пишет: «Экономические цели, по наблюдению Вебера, всегда являются неотъемлемой частью развития и внедрения технологий... В современном капиталистическом обществе технология была, есть и всегда будет выражением экономических целей, которые приводят ее в действие. Попробуйте удалить слово “технология” из вашего словаря, и вы увидите, как быстро обнажаются цели капитализма» [1, с. 27].

В связи с этим Зубофф выделяет три этапа цифровизации труда, называя их «тремя модернами». Первый модерн обозначает индустриальное конвейерное массовое материальное производство. Второй модерн — нематериальное производство знаков потребления. Потребление знаков происходит через концепции брендов. Третий модерн соответствует массовому производству цифровых технологий и концептуализации с их помощью товарных брендов [1, с. 77, 85].

Прописывание этапов цифровизации говорит о сущностном процессе, вокруг которого выстраивается конструктор Зубофф. Этот процесс есть все тот же марксовский конструктор продолжающейся капитализации труда. В самом деле, «надзорный капитализм» необходимо имеет внутреннее движение, производное от диалектически выписанного капитализма Маркса. Мы также замечаем в нем ключевые изменения, произошедшие в существующем противоречии между структурами денег и труда.

Третий модерн есть цифровое общество, где правят не промышленные компании, такие как General Motors, а цифровые разработчики — Amazon, Facebook\*, Google [1, с. 19]. Здесь машинный сложный труд многократно превышает усилия человека. Если в первом модерне рабочий не успевал за машиной — работой станка, — то в период третьего модерна машина, представленная в виде искусственного интеллекта, превзошла рабочего окончательно. Машинный труд, представленный в виде работы нейросети — две обучающие друг друга программы, — анализирует большие объемы данных, которые человек уже не в силах обработать самостоятельно. Такое техническое превосходство машины требует вновь поставить вопрос о том, является ли денежный капитал условием дальнейшего разделения труда так же, как в рамках капитализации труда, или же машинный труд искусственного интеллекта (цифровые технологии) уже оказывается условием капитала (денежного обмена).

---

\* Продукт компании Meta, деятельность которой признана экстремистской в Российской Федерации.

Стоит обратить внимание на то, что цифровизация только косвенно охватывает материальное производство первого модерна и напрямую относится к нематериальному производству — производству концепций товарных брендов — второго модерна. Иначе говоря, цифровизируется как производство самих товаров, так и, особенно и в первую очередь, производство потребности в определенном товаре через создание концепции его бренда. То есть цифровизируется потребность в купле, обмене денег на данный товар, через бренд. Поэтому можно утверждать, что цифровизация и бренд неотделимы друг от друга. Это положение находит отклик в теории порядков симулякров Ж. Бодрийяра (Jean Baudrillard) [8, с. 113]. Каждый следующий порядок симулякров подчиняет предыдущий: цифровизация есть продолжение капитализации труда. Деньги становятся оцифрованными через концептуализацию их потребления (в случае денег потратить — значит потратить их), т. е. через бренд.

Ш. Зубофф указывает, что цифровые разработчики накапливают и обрабатывают с помощью искусственного интеллекта информацию о взаимодействии пользователя с поисковыми системами и социальными сетями. В результате сбора данных пользователей и их анализа становится возможным обобщить их действия в интернете и сформировать прогноз их возможного потребительского поведения в будущем. Этот прогноз сам в свою очередь становится товаром, потребление которого выражает собой переход от онлайн-действия человека в предсказанное искусственным интеллектом офлайн-поведение [1, с. 357]. Конструкт надзорного капитализма и означает создание таких прогнозных продуктов, а также обмен ими на специальном рынке «фьючерсов на идеи», или рынке прогнозов. Так меняется источник прибавочной стоимости, а именно: труд рабочего уступает место «труду» пользователя. Пользователь находится в том же положении по отношению к надзорному капиталисту, в каком пролетарий — к буржуа: он не имеет ничего, кроме своей рабочей силы, разве что опосредованной персональным компьютером или гаджетом.

Оцифрованное человеческое поведение в виде прогнозных товаров становится обмениваемо. Это значит, что оно оказывается подобным всеобщему эквиваленту обмена, т. е. деньгам. Следовательно, здесь понятие человеческого поведения совпадает с понятием денежного обмена, и такое совпадение свидетельствует о том, что капитализация в полной мере вобрала в себя человеческое действие и поведение как капиталистическое действие и поведение, превратив их в абстракции рынка [9, с. 22–23]. Это также указывает на приток в экономическое знание психологических терминов. В конце XX в. «появились, в частности, категории ожидаемых и неожиданных (“неантиципированных”) изменений количества денег» [5, с. 55]. Но надежный способ измерения и контроль поведения потребителя становится возможным только в период третьего модерна при достаточном уровне цифровизации и «открытии поведенческого излишка» как материала для производства вычислений потребительского поведения [1, с. 87, 130] и связанного с ним количества товарно-денежного обращения.

Сложнейший машинный труд искусственного интеллекта формулирует, проясняет обмен в будущем. При торговле на рынках фьючерсов и предсказаний, происходит обмен самого обмена. Но это не рефлексия обмена в капитале, поскольку здесь не деньги делают деньги. Цифровой надзор за ними, имеющий ту же экономическую цель, делает деньги обусловленными через концепцию бренда.

То, что совершает предсказание офлайн-поведения, определяет обмен. Поскольку обмен выражается в денежной форме стоимости, то, возможно, в конструкте цифрового общества Ш. Зубофф мы видим, как разделение труда достигло такого уровня, что превзошло господство денег.

Получается, что в денежной обусловленности высокого уровня разделения труда, при котором сложный машинный труд достигает состояния искусственно-го интеллекта, обнаруживается цифровая предструктура. Если в конструкте капитализации труда К. Маркса предструктура проявилась как денежная обусловленность труда, то в надзорном капитализме Ш. Зубофф возникает цифровая обусловленность денег (т. е. обмена). Денежный обмен определяется со стороны цифрового надзора посредством определенной концепции бренда.

### Концептуализация денег посредством цифровых технологий

Общие формулы товарного обращения ( $T-D-T$ ) и обращения капитала ( $D-T-D'$ ) в целом не меняются. Цифровой надзор происходит в «купле» ( $D - \text{цифровой надзор} - T$ ) и в «продаже» ( $T - \text{цифровой надзор} - D$ ). Он встраивается подобно «деньгам» ( $D$ ) в товарное обращение ( $T-T$ ) в качестве посредника ( $T-D-T$ ), позволяя частным собственникам обменять потребительные стоимости ( $T$ ) или капиталистам получить доход ( $D'$ ).

Очевидно, что здесь цифровой надзор касается статуса частного собственника и его права на конфиденциальность личных данных. Именно поэтому Ш. Зубофф рассматривает вопросы «политики конфиденциальности». За ней, по сути, скрывается контроль цифровых разработчиков [1, с. 15, 68].

Здесь возникает контур искомого отличия сравниваемых капитализмов, который прочерчивает денежная сущность. Это отличие у Зубофф также возможно увидеть во введенном ей понятии инструментальной власти Большого Другого [1, с. 540, 546–547]. Инструментальная власть представляет собой господство конгломерата цифровых компаний, владельцы которых в целях получения прибыли объединяются для сбора данных пользователей и надзора за их офлайн-поведением, следовательно, за обменом. Подчинение обмена, а тем самым и товарной стоимости, есть смысл инструментальной власти.

Интересно то, что критические исследования «принудительного курса» в денежной политике появились еще в советский период [5, с. 17–18], но только в современном обществе контроль над деньгами становится реально возможным без принуждения, с помощью цифровых технологий, посредством которых как бы «искусственно» достигается «социальная знаковая стоимость» бренда определенного товара [10, с. 12]. Проще говоря, использование цифровых технологий в производстве потребности дает возможность управлять денежным обращением, т. е. деньгами.

Прогнозируемое поведение есть контролируемый обмен. Выбор и обмен заранее предопределяются, исчисляются. Соответственно, можно различить предопределенный обмен как прогноз/актуальность и сам обмен (как форму и материю). Они противоположны и должны быть взаимоисключающими, но оказывается, что это не так — при вычитании одного из другого возникает остаток, некоторый «зазор», неточность, ошибка вычислений.

В поле этого несовершенства цифрового надзора возникают (в том числе с целью его исправления) разнообразные инструменты конструирования потребительского поведения, такие как методы геймификации, системы акций, скидков, реферальных ссылок, сертификатов, кэшбеков (от англ. *cashback* — возврат денег) и бонусных баллов [1, с. 411]. Инструменты связаны друг с другом и соединяются в одной концепции товарного бренда или нескольких концепций одной экосистемы [11, с. 23]. Имеющая своей инструментальной задачей организовать производство потребления социальной знаковой стоимости, экосистема разрабатывает «программу лояльности», или, точнее, «программу потребительской лояльности».

Программа лояльности — новая логика контролируемого денежного обмена, в которой деньги по-особенному сообщаются с другими единицами «идеального», точнее, гиперреального, обмена баллами. Под баллами вообще понимаются как бонусные, так и любые другие. Баллы как единицы измерения уже используются при оценке качества человеческой деятельности, однако только в цифровом обществе, при высоком уровне производительных сил труда, они встречаются с деньгами (прежде всего как бонусные баллы).

Баллы предстают как эквивалентная стоимость, что может быть выражено в виде «1 сюртук стоит  $N$  баллов», или «1 сюртук =  $N$  баллов». Но также они имеют относительную форму стоимости «1 балл стоит 1 рубль», или «1 балл = 1 рубль». Здесь стоимость 1 балла измеряется денежным эквивалентом (1 рубль). 1 балл имеет вид денег и, по сути, сливается с 1 рублем.

Соответственно, в обращении бонусных баллов возможно обнаружить их срединное место между всеобщим эквивалентом и товаром. Следовательно, баллы содержат в себе нечто и от первого, и от второго, но не являющееся ни тем, ни другим. С одной стороны, баллы заменяют деньги, а с другой — товар. Не являясь ни деньгами, ни товаром, они суть относительно всеобщий эквивалент определенных товаров и, одновременно, некий товар, не имеющий непосредственно потребительной стоимости и добавляющийся к другим товарам в самом процессе обмена.

Природа баллов раскрывается в их деятельности. Деятельность баллов означает то, что они делают с деньгами и в обмене на деньги. Если акции и скидки направлены на потребление определенных товаров, то кэшбек и бонусные баллы имеют векторное потребление самой концепции. Кэшбек от баллов отличается лишь тем, что в качестве баллов функционируют сами деньги. Но смысл кэшбека в пользовании деньгами определенного банка, имеющего партнеров по программе лояльности. В некотором смысле кэшбек представляется переходом от денег к балльно-денежным единицам, которые делают возможным обмен исключительно внутри одной концепции или нескольких концепций одной экосистемы. Поэтому можно утверждать, что баллы возникают в стремлении сделать закрытую модель обмена. В этом смысле баллы отличаются от денег, которые дает банк за пользование *своими* деньгами. «Своими» как раз-таки они становятся в виде баллов, которые не могут быть применены за пределами концептуальных границ потребления. Криптовалюта есть такое векторное потребление концепции. Криптовалюта существует как концептуализация денег. Она, как и бонусные баллы, является симулякрот денег. Баллы копируют деньги, но стремятся быть лучше своего «оригинала», который, впрочем, сам по своей природе является знаком. Балльно-денежная единица

поддается управлению. В криптовалюте обнаруживается соединение баллов (как «крипто-», поскольку только в цифре баллы встречаются с денежными единицами) и денег.

Здесь важно то, что, несмотря на сохранение значения денег как всеобщего эквивалента, с появлением баллов они приобретают новый смысл. С помощью баллов обмен осуществляется концептуально. Деньги включаются в концепцию как материал, который принимает особую форму. Поскольку в одно и то же время одна такая форма отличается от другой, то концепцию можно обозначить топологически, тем самым определив ее через место в пространстве.

Тогда можно охарактеризовать концептуальное обращение балльно-денежных единиц в качестве рамок определенной территории, обнаруживаемой как в цифровой, так и в офлайн-среде. Эта территория есть место контролируемого обмена надзорного капитализма.

Воспользуемся конструктом о территорияции и детерриторияции Ж. Делеза [12, с. 57–59, 62, 408] и обозначим балльно-денежное обращение как обращение территорияризованных денег. Территорияция денег происходит посредством мыслительной концепции. Поэтому концептуализация места/бренда как производство потребности есть скопление денежного обращения в одном месте.

### **В качестве заключения**

Одна из современных точек зрения на понятие денег раскрывает его смысл через доверие: «Доверие — это то, что делает деньги деньгами» [7, с. 42]. На доверии к деньгам зиждется их функционирование в качестве средства обращения, платежа, накопления и меры стоимости. Территорияция денег обозначает сцепку доверия и концепции бренда. Такое территорияризованное (онлайн либо офлайн) доверие можно называть лояльностью. В этом смысле термины «лояльность» (от фр. *loyal* — верный) и «доверие» будут различаться: деньги характеризуются доверием, которое отличается от верности, выражающейся в обращении балльно-денежной единицы (например, определенные криптовалюты или бонусные баллы по программе потребительской лояльности) внутри территории бренда. Поэтому мы не можем говорить о доверии к криптовалюте, но лишь о нашей верности ей.

Лояльность имеет приверженность к бренду, т. е. к территории, тогда как доверие указывает на всеобщее средство обмена, выходящее за пределы границ одной концепции. Доверие соединяет все многообразие концепций в пространстве, система лояльности делает возможным обмен только в определенной конкретной концепции бренда. В обращении баллов деньги получают территорияризованный вид внутри концепции, что позволяет интеллектуально скопить/собрать их в одном месте.

Таким образом, высокий уровень развития капитализации и общественного разделения труда приводит к третьему модерну, где производство потребности цифровизируется и ведет не к господству денег, а к власти над деньгами через внедрение баллов. Именно в этом — во власти над деньгами — раскрывается сущность надзорного капитализма и конструкт цифрового общества Ш. Зубофф.

Власть над деньгами как некое учение встречается уже у Аристотеля в виде конструкта искусства наживы состояния, а после — у Маркса в виде теории капитализма. Они доказывают, что деньги должны быть средством обмена, а не его целью.

В современном обществе сохраняется тот же посыл: для цифровой технологии балл есть способ использования денежного обращения. Но тогда деньги могут исчезнуть, поскольку они — определенное усилие/бытие человека. Становится понятным, что данное усилие передано цифровой технологии, поэтому надзорный капитализм является не пиком капитализма, а скорее его существованием «после конца».

## Литература

1. Зубофф, Ш. (2022), *Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти*, пер. с англ. Васильев, А. Ф., ред. Охонько, Я. и Смирнов, А., М.: Изд-во Института Гайдара.
2. Маркс, К. (1983), *Капитал. Критика политической экономии*, т. 1., М.: Политиздат.
3. Аристотель (1983), *Политика*, пер. Жебелев, С. А., в: Аристотель, *Сочинения*, в 4 т., т. 4., М.: Мысль, с. 375–644.
4. Маркс, К. (1956), Значение потребностей человека при господстве частной собственности и при социализме. Различие между расточительным богатством и богатством промышленным. Разделение труда в буржуазном обществе, в: Маркс, К. и Энгельс, Ф., *Из ранних произведений*, М.: Государственное изд-во политической литературы, с. 599–615.
5. Воронов, Ю. П. (1986), *Страницы истории денег*, Новосибирск: Наука.
6. Марков, А. В. (ред.) (2024), *Деньги: Аристотель, Б. Спиноза, К. Маркс и др.*, М.: АСТ.
7. Гольдштейн, Дж. (2022), *Деньги: увлекательная история самого почитаемого и проклинаемого изобретения человечества*, пер. с англ. Кудашева, Т., М.: Эксмо.
8. Бодрийяр, Ж. (2000), *Символический обмен и смерть*, М.: Добросвет.
9. Хайлбронер, Р. Л. (2008), *Философы от мира сего. Великие экономические мыслители: их жизнь, эпоха, идеи*, пер. с англ. Файбисович, И., М.: КоЛибри.
10. Бодрийяр, Ж. (2007), *К критике политической экономии знака*, пер. с фр. Кралечкин, Д., М.: Академический Проект.
11. Klein, N. (2000), *No logo: no space, no choice, no jobs*, London: Flamingo.
12. Делёз, Ж. и Гваттари, Ф. (2008), *Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения*, пер. с фр. Кралечкин, Д., ред. Кузнецов, В., Екатеринбург: У-Фактория.

Статья поступила в редакцию 28 декабря 2024 г.;  
рекомендована к печати 10 декабря 2025 г.

Контактная информация:

Шамишурин Алексей Андреевич — канд. филос. наук; <https://orcid.org/0000-0003-2590-7656>,  
[shamshurinuds@gmail.com](mailto:shamshurinuds@gmail.com)

## Concept of money in the construct of digital society by Sh. Zuboff

A. A. Shamshurin

Udmurt State University,  
1, ul. Universitetskaya, Izhevsk, 1426034, Russian Federation

**For citation:** Shamshurin A. A. Concept of money in the construct of digital society by Sh. Zuboff. *Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies*, 2026, vol. 42, issue 1, pp. 94–106. <https://doi.org/10.21638/spbu17.2026.108> EDN JJZCKR (In Russian)

Money is a category of social relations. They are studied in the theory of digital society. The essence of the theory of digital society is the construct of supervisory capitalism by Sh. Zuboff. Its meaning is through the concept of money. Money is what it does. Capitalism is an activity whose goal is money. The development of capitalism is the intensification of the productive force of labor. Intensification of labor is the point of intersection between capitalization and

the process of digitalization. The dual process encompasses immaterial production. It is the production of need. The production of need is conceptual. The production of concepts and consumer loyalty programs are aimed at the control of commodity exchange. This control allows consumer behavior to be tied to a brand or ecosystem. The distinctive characteristic of surveillance capitalism becomes clearer in its comparison with Marxian capitalism. In this comparison, a new aspect of the concept of money emerges. In the theory of the digital society, capital intervenes in monetary circulation under the mask of digitalization. In the logic of the consumer loyalty program, money enters into a relationship with bonus points. As a result of the money-point exchange, circulation is conceptualized. The conceptualization of some need leads to the accumulation of money in the territory of a particular brand in the form of a money-point relationship. Marketing has become conceptualization and the market has become the selling of conceptual needs. In the digital society of surveillance capitalism, the money supply turns out to be matter that has a conceptualized form. Form territorializes money. Form gives order to free market movement. This order is a delayed and branded exchange. Capitalism, through digitalization, reaches the level of conceptualization of monetary exchange. Trust in money becomes loyalty to the concept of brand.

*Keywords:* social philosophy, digital society, surveillance capitalism, capitalism, labor, exchange, money, bonus points, brand, loyalty program.

## References

1. Zuboff, Sh. (2022), *The age of surveillance capitalism. the fight for the human future on the new frontiers of power*, trans. by Vasilev, A. F., ed. by Okhon'ko, Ia. and Smirnov, A., Moscow: Institut Gaidara Publ. (In Russian)
2. Marx, K. (1983), *Capital. A critique of political economy*, vol. 1., Moscow: Politizdat Publ. (In Russian)
3. Aristotle (1983), *Politics*, ed. by Zhebelev, S. A., *The complete works*, in 4 vols, vol. 4., Moscow: Mysl' Publ. (In Russian)
4. Marx, K. (1956), The importance of human needs under the rule of private property and socialism. The difference between wasteful wealth and industrial wealth. Division of labor in bourgeois society, in: Marx, K. and Engels, F. *From early works*, Moscow: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury Publ. (In Russian)
5. Voronov, Iu. P. (1986), *The pages of money history*, Novosibirsk: Nauka Publ. (In Russian)
6. Markov, A. V. (ed.) (2024), *Money: Aristotle, B. Spinoza, K. Marx and others*, Moscow: AST Publ. (In Russian)
7. Goldstein, J. (2022), *Money: the true story of a made-up thing*, trans. by Kudasheva, T., Moscow: Eksmo Publ. (In Russian)
8. Baudrillard, J. (2000), *Symbolic exchange and death*, Moscow: Dobrosvet Publ. (In Russian)
9. Heilbroner, R. L. (2008), *The Worldly Philosophers: the lives, times and ideas of the great economic thinkers*, trans. by Faibisovich, I., Moscow: KoLibri Publ. (In Russian)
10. Baudrillard, J. (2007), *For a critique of the political economy of the sign*, trans. by Kralachkin, D., Moscow: Akademicheskii Proekt Publ. (In Russian)
11. Klein, N. (2000), *No logo: no space, no choice, no jobs*, London: Flamingo Publ.
12. Deleuze, G. and Guattari, F. (2008), *Anti-Oedipus: capitalism and schizophrenia*, trans. by Kralachkina, D., ed. by Kuznetsov, V., Ekaterinburg: U-Faktoriia Publ. (In Russian)

Received: December 28, 2024

Accepted: December 10, 2025

### Author's information:

Aleksei A. Shamshurin — PhD in Philosophy; <https://orcid.org/0000-0003-2590-7656>,  
shamshurinu@gmail.com