

УДК 338.1

Бабаев А.Б., Егорушкина Т.Н., Швецов С.А.

Тульский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», г. Тула, e-mail: al_babaev@mail.ru; tegor@bk.ru; lvvalei@yandex.ru

«ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА» = «ЭКОНОМИКА КОММУНИЗМА»?

Статья является логическим продолжением публикации «Информация как универсальный товар в период развития цифровой экономики» [1] и посвящена изучению вопросов, связанных с теоретическим исследованием производительных сил, задействованных в секторе экономики, который принято называть «цифровой экономикой» – производством и потреблением ее участниками различного контента (информационного наполнения различных интернет-ресурсов). Возможны ли аналогии, позволяющие объективно сравнить основные постулаты экономики коммунизма с фактически сложившимися производственными и экономическими условиями цифровой экономики, с направлениями ее развития? Каков сложившийся в цифровой экономике характер труда ее участников? Можно ли интерпретировать создание контента как абсолютно свободный труд? Является ли оценка этого свободного труда и признание создателя контента успешным членом общества со стороны потребителей единственным признанным вознаграждением? Постановка этих вопросов и поиск ответов на них позволит понять – является ли цифровая экономика новым уникальным экономическим явлением, ведь цифровизация общества в первую очередь повлияла на прогрессивное развитие таких областей, как микроэлектроника, информационные технологии и телекоммуникации [2;77]. Либо она является успешной реализацией идей, заложенных Томмазо Кампанелло в тюрьме инквизиции еще в 1602 году [3] до полностью сформированного научного направления, основоположниками которого стали Карл Маркс, Фридрих Энгельс [4, 5], Владимир Ульянов (Ленин) [6], и продолженного рядом современных авторов [7,8]. Это – теория коммунистического общества, в частности теоретические разработки экономики коммунизма. Имеется ли возможность экстраполировать научные идеи коммунизма на экономические отношения и характер труда в цифровой экономике?

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, экономический строй, коммунизм, экономика коммунизма, производство, контент, свободный труд, общество

Babaev A.B., Egorushkina T.N., Shvetsov S.A.

Tula branch of the RUSSIAN economic University n.a. G.V. Plekhanov, Tula, e-mail: al_babaev@mail.ru; tegor@bk.ru; lvvalei@yandex.ru

«THE DIGITAL ECONOMY» = «ECONOMY OF COMMUNISM»?

Article is a logical continuation of the publication «Information as a universal product in the period of development of the digital economy» [1] and is devoted to the study of issues related to the theoretical study of the productive forces involved in the sector of the economy, which is called the «digital economy» – the production and consumption of its participants of various content (content of various Internet resources). Are there any analogies that allow us to objectively compare the basic postulates of the economy of communism with the actual production and economic conditions of the digital economy, with the directions of its development? What is the nature of the digital economy's labour force? Is it possible to interpret the creation of content as a completely free labor? Is the evaluation of this free labor and the recognition of the content Creator as a successful member of the society by consumers the only recognized reward? The formulation of these questions and the search for answers to them will allow us to understand whether the digital economy is a new unique economic phenomenon, because the digitalization of society primarily influenced the progressive development of such areas as microelectronics, information technology and telecommunications [2;77]. Or it is a successful implementation of the ideas laid down by Tommaso Campanello in the prison of the Inquisition in 1602 [3] to a fully formed scientific direction, the founders of which were Karl Marx, Friedrich Engels [4, 5], Vladimir Ulyanov (Lenin) [6], and continued by a number of modern authors [7,8,]. This is the theory of Communist society, in particular the theoretical development of the economy of communism. Is it possible to extrapolate the scientific ideas of communism to economic relations and the nature of work in the digital economy?

Keywords: digital economy, digitalization, economic system, communism, communism economy, production, content, free labor, society

Введение

Разрабатываемые на протяжении длительного времени (в течение почти 200 лет) идеи построения идеального общественного и экономического строя, основанного на социальном равенстве, общественной собственности и способах производства, способных обеспечить для каждого члена общества изобилие, известны под названием «коммунизм» (от лат. communis «общий»). На практике такого строя никогда и нигде не существовало, но сам термин «коммунистическое государство» использовался западной прессой по отношению к СССР и тем, странам, которые объявили себя или считались социалистическими.

В настоящее время, кажется, что коммунистические идеи потерпели полный крах. В мире осталось всего пять стран, в которых правящими партиями являются коммунистические партии, а коммунизм является официальной идеологией, это Китай, Куба, Лаос, Вьетнам и Северная Корея. Следует отметить, что «в чистом виде» коммунизм существует только в Северной Корее. Во всех остальных странах коммунистическая идеология отлично уживается с буржуазной при наличии имеющейся организацией экономики этих стран. Справедливости ради надо отметить, что страны, принявшие идеологию коммунизма, не смогли обеспечить уровень жизни населения, который обеспечивали буржуазные государства с капиталистической организацией экономики.

Как ни странно, наиболее близко к коммунизму (как минимум к развитому социализму), подошла Швеция времен премьер министра Улофа Пальме, с именем которого связывают так называемую «шведскую модель», расцвет которой пришелся на 80-е годы XX века. Эта модель основывалась на огромных государственных расходах, которые обеспечивали, по сути, коммунистическое распределение национального богатства между гражданами Швеции, в настоящее время власти Шведского королевства от этой модели отказались, исключительно по экономическим соображениям.

Означает ли это, что теория коммунистической экономики и коммунисти-

ческого общества потерпела полный крах? Или эти теории могут быть успешно реализованы на практике уже в настоящее время? Возможна ли в современном мире эффективно работающая и динамично развивающаяся экономика, основанная на коммунистических принципах производства и потребления? Попробуем сделать попытку найти ответы в данной статье.

Цель исследования. Провести аналогию между фундаментальными свойствами и условиями цифровой экономики, как экономического базиса, и коммунистическим строем, основу которого составляет идея построения идеального общественного и экономического строя, основанного на социальном равенстве, общественной собственности и способах производства, способных обеспечить для каждого члена общества изобилие.

Материал и методы исследования

В исследовании использовались следующие методы: анализ, синтез, дедукция, поиск аналогий, выдвижение и проверка гипотез.

Результаты исследования и их обсуждение

Значительной частью сектора экономики, который принято называть «цифровой экономикой», является производство и потребление различного контента. Эта область является наиболее динамично развивающейся. По данным, приведенным Web Canare [9] по состоянию на январь 2018г.:

- население Земли – 7.6 миллиарда человек;
- пользователи интернета – 4 миллиарда человек;
- активные пользователи социальных сетей – 3,2 миллиарда человек;
- уникальные пользователи мобильного интернета – 5,1 миллиарда человек.

Эти цифры убедительно показывают, что тем или иным способом, в качестве потребителей или создателей контента, участниками цифровой экономики в мире является 67% населения Земли. И действительно, интернет, как важнейшая составляющая, информационно-коммуникационных технологий, уже давно вошел в нашу жизнь и существенным образом её изменил [10].

Наиболее динамично растет потребление контента с мобильных устройств (смартфонов), что обусловлено резким ростом качества мобильного интернета и стремлением пользователей непрерывно находиться в on-line, не быть привязанными к стационарным точкам интернет-доступа.

Содержание контента весьма разнообразно, в качестве примеров наполнения контента можно привести:

- информационный (различные ленты новостей, электронные СМИ);
- развлекательный (музыка, книги, фильмы, игры);
- образовательный (видео уроки, инструкции, обзоры);
- продающий (интернет-магазины, реклама);
- общение (социальные сети, мессенджеры);
- народное творчество (блоги и другие способы самовыражения).

Этот перечень не является исчерпывающим и лишь иллюстрирует многообразие видов контента, предлагаемого к массовому потреблению.

Контент (информацию) можно назвать универсальным товаром цифровой экономики [1], при этом этот товар обладает уникальным свойством масштабируемости, то есть возможностью создания бесконечно большого количества копий каждой единицы товара без каких либо затрат (более подробно эта возможность и следствия из нее рассмотрены в [7]). Что это дает потребителям?

Это возможность использования товара (сервиса) неограниченным количеством пользователей. Таким образом, решается одна из важнейших экономических проблем коммунистического строя – соизмерение уровня производства, которое в традиционной экономике ограничивается производительностью труда, наличием средств производства, имеющимися ресурсами и другими объективными факторами с одной стороны – и необходимости обеспечения неограниченного потребления в соответствии с потребностями членов коммунистического общества. То есть цифровая экономика способна обеспечить выполнение коммунистического принципа – «каждому по потребностям». Это одна сторона вопроса.

Есть и другая – производство контента. Здесь отметим, что все медиа объединяет именно то, что ценность их продукции определяется в основном содержанием, а с переходом в цифровую форму ценность продукции определяется исключительно содержанием, или контентом, который практически ничего не стоит. Согласно определению, данного Вэрианом (Varian, 1996), контент—это все, что поддается оцифровке. Легкость копирования, передачи и распространения информации распространяется на весь контент. Удивительно, но и здесь отлично работает коммунистический принцип свободного труда. В чем особенность свободного коммунистического труда и его отличие от труда наемных работников? Для свободного труда характерными особенностями являются:

- это добровольный труд, без приказов, указаний, инструкций;
- это труд без ожидаемой обязательной оплаты за полученные результаты;
- это труд, выполняемый для собственного удовольствия, по признанию.

Владимир Ульянов (Ленин), дал следующее определение такого труда:

«Коммунистический труд ... есть бесплатный труд на пользу общества, труд, производимый не для отбытия определенной повинности, не для получения права на известные продукты, не по заранее установленным и узаконенным нормам, а труд добровольный, труд вне норм, труд, даваемый без расчета на вознаграждение, без условия о вознаграждении, труд по привычке трудиться на общую пользу и по сознательному (перешедшему в привычку) отношению к необходимости труда на общую пользу, – труд, как потребность здорового организма» [3].

Все это достаточно точно описывает труд огромного количества создателей контента. Очевидно, что контент, создаваемый в результате их труда, сильно отличается по качеству, но при этом почти 100% полученных результатов находят своего благодарного потребителя. То есть здесь полностью реализуется еще один коммунистический принцип – «от каждого по способностям».

Еще один вопрос, который является существенным для понимания – является ли цифровая экономика, реализован-

ная на практике, разновидностью коммунистической экономики: это вопрос устройства общества. Согласно теории коммунизма, при данном устройстве исчезает понятие классового общества, которое сменяется обществом, в котором классы отсутствуют, исчезнет понятие разделения труда, каждый член общества будет сам выбирать свою общественную роль и форму занятости.

Все это также в полном объеме предоставляется и технологически обеспечивается цифровой экономикой, ключевым фактором которой являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа. Каждый создатель контента может выбирать вид создаваемого контента, менять предпочтения или заниматься несколькими направлениями одновременно. Более того, присущая интернет-сообществу анонимность, традиция скрывать подлинное имя и облик никами и аватарами, полностью стирает различия между его участниками. Невозможно определить, кто на самом деле скрывается за ником – мужчина или женщина, уровень их образования, внешность, возраст, национальность. Все это не является важным и существенным для интернет-сообщества. Если это не высшая ступень равенства, то, что тогда это?

Выводы или заключение

Исходя из сказанного выше, можно уверенно провести аналогию между цифровой экономикой, т.е. сообщества, которое создается в рамках этого нового экономического базиса, и коммунистическими теориями, которые, как оказывается, еще рано списывать со счетов.

Оппоненты могут выдвинуть существенное возражение – все аргументы касаются некой виртуальной материи,

производства контента, при этом, как известно, основу экономики составляет именно товарное производство, а к нему приведенные выше аналогии применить нельзя. Так ли это? И да, и нет. Дело в том, что развитие технологий цифровой экономики происходит буквально на наших глазах и находится на стадии внедрения в нашу повседневную жизнь. Да, товарное производство сейчас находится вне цифровой экономики, но уже существуют и развиваются так называемые аддитивные технологии (Additive Manufacturing – от слова аддитивный – прибавляемый) – технологии создания материальных объектов методами 3D печати. Сейчас это наиболее динамично развивающееся технологическое направление, которое охватывает такие различные отрасли производства, как производство медицинских биопротезов, строительство домов, производство компонентов авиапромышленности, оружия и т.д. Уже существует такое экзотичное направление как «печать» еды.

Аддитивные технологии дают возможность создания бесконечного количества аутентичных копий существующего материального объекта. Как только произойдет их массовое внедрение в повседневную жизнь, когда эта цель будет достигнута, то существенная часть материального производства также будет интегрирована в сферу цифровой экономики и, соответственно, для нее также заработают принципы экономики коммунизма.

Таким образом, становится очевидным, что цифровая экономика, «цифровизация» принципиальным образом меняют устройство глобальной социально-экономической системы – возможности потребителей, структуру отраслей, роль государств [11].

Библиографический список

1. Бабаев А.Б., Егорушкина Т.Н. Информация как универсальный товар в период развития цифровой экономики // Вестник Алтайской академии экономики и права. – Барнаул: Алтайская академия экономики и права, 2019. – С. 11–17.
2. Бабаев А.Б., Егорушкина Т.Н. «Цифровая» экономика как ключевой фактор нового технологического уклада: перспективы перехода // European Scientific Conference: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. В 2 ч., 2019. – С. 77–81.
3. Кампанелла. Город Солнца / пер. с лат. и ком. Ф.А. Петровского; пер. прил. М.Л. Абрамсон, С.В. Шервинского и В.А. Ещина; вст. ст. В.П. Волгина. – М.-Л. : АН СССР, 1954. – 228 с. – (Предшественники научного социализма / под общ. ред. акад. В.П. Волгина).

4. Маркс К. Коммунистический манифест. – 4-е изд. – М.; Л.: Гос. изд-во, 1925. – 347 с., 6 л. ил.; 23 см. – (Библиотека научного социализма. Популярная серия / Ин-т К. Маркса и Ф. Энгельса; Вып. 1).
5. Фридрих Энгельс. Принципы коммунизма // Маркс К., Энгельс Ф. Избранные Сочинения. – М.: Политиздат, 1985. – Т. 3. – С. 122.
6. Ленин В.И. Полное собрание сочинений (5-е издание). – М.: Изд-во политической литературы, 1967 – 1981 гг. – Т. XXV. – С. 151.
7. Производство и потребление при капитализме и при социализме 2018–04–17 Василий Пихович. – <http://propaganda-journal.net/10259.html>.
8. Бабаев А.Б. Управление инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий на рынках сетевых товаров: дис. ... канд. экон. наук. – Тула, 2003.
9. <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/>.
10. Егорушкина Т.Н., Панферова Е.В., Швецов С.А. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности бизнеса в условиях интернет-среды // Концепт: Научно-методический электронный журнал. – 2016. – № 2. – С. 191–195.
11. Егорушкина Т.Н., Логвинов С.И., Швецов С.А. На пороге «цифрового» будущего России // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2018. – Т. 6; № 2. – С. 31–41.