

НОВЫЕ КНИГИ

А. М. Никулин

Невидимые руки и явные симпатии

Рецензия на книгу:

Долгин А. 2010. *Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка*. М.: АСТ. 224 с.



**НИКУЛИН
Александр
Михайлович** —

кандидат
экономических
наук, директор
Центра аграрных
исследований РАНХ
при Президенте РФ
(Москва, Россия).

Email: [nik@
universitas.ru](mailto:nik@universitas.ru)



Эта книга очаровательна. Хотя не принято рецензию на научное сочинение изначально награждать эстетико-эмоциональной характеристикой, но она ведь (книга) этого достойна. Потому что, во-первых, книга А. Долгина — широко междисциплинарный трактат, где экономика и социология самым свободным образом переплетаются с философией, политикой, эстетикой, этикой, антропологией, информатикой, психологией. Пожалуй, в этом сочинении недостаточно представлена лишь история... Во-вторых, «Манифест новой экономики» представляет собой уникальную композицию из поверхностных недостатков и глубинных достоинств.

Если говорить о поверхностных недостатках, то они заключаются в некоторой степени претенциозности и эклектичности книги. Что касается глубинных достоинств, то по мироощущению книга экзистенциальна, по логике — оригинальна, по жизни — полезна.

Для начала охарактеризуем недостатки. Итак, явная претенциозность заключается уже в самом длинном названии книги: тут вам и манифест (ассоциация с К. Марксом и Ф. Энгельсом), и ещё одна «рука» (аналогия с А. Смитом). Претенциозность названия книжки находит себе достойное продолжение в эклектичности картинки на её обложке, где к фотографическому изображению знаменитой мраморной статуи древнегреческой богини победы Ники (которая без рук и головы) пририсована какая-то арматурно-виртуальная рука жёлто-оранжевого цвета. Но проблема не ограничивается лишь названием и обложкой. На протяжении всей книги Александр Борисович Долгин в подтверждение своих идей смело приводит в пример таких разных мыслителей, как буржуазные экономисты, коммунистические вожди, французские постмодернисты, англосаксонские IT-шники-креативщики, демонстрируя тем самым, что в главном-то они все схожи: их теории являлись предтечами концепции А. Долгина.

По форме и стилю эта концепция часто излагается, как своеобразная «ода к радости» рыночника-прогрессиста-демократа. Вот в подтверждение пара соответствующих цитат из книги:

Стоит коснуться представлений о прогрессе. Это понятие столько раз разочаровывало, обросло коннотациями войн и общечелове-

ческих трагедий, что на нём было совсем поставили крест. Тем не менее прогресс никуда не девался, а шёл своим чередом, только всё больше ставилось под сомнение, во благо ли он? Думаю, прогресс можно реабилитировать... [Долгин 2010: 20].

Современную культуру, конечно, есть за что куснуть. Под влиянием коммерции культурный ландшафт уплощается и блёкнет. Умный, сложный текст теряет аудитории, им невозможно заработать средства к существованию. Творцы приноравливаются к массовому спросу и подчиняются продюсерам. Можно отметить ещё ряд опасных признаков и перекосов, возникающих в результате коммерциализации и ухудшающегося отбора. Однако никакими стенами и заклинаниями культурный процесс не свернуть со столбовой дороги, по которой движутся народные массы, осознавшие, что куда интереснее творить самим, чем внимать произведениям других, пусть даже более искусных мастеров... [Долгин 2010: 29].

И всё же, на наш взгляд, несущественны все эти недостатки книги в сравнении с её достоинствами.

В главном книга проникнута экзистенциальными поисками смысла жизни в форме вопрошания: что есть счастье, и, соответственно, каковой может быть экономика этого счастья? Здесь Александр Долгин бесстрашно ставит вопросы глубинной важности и сложности. Сразу приходят на ум сентенции Маркса о свободном времени как главном богатстве человека и Экзюпери о роскоши человеческого общения. Автор оригинальным образом развивает эти заветные идеи классиков. Он манифестирует, что в условиях становления информационного потребительского общества наступает время новой экономики. Эта экономика, по А. Долгину, обладает целым рядом признаков, таких как:

- опережающий рост затрат, связанных с обработкой информации (так называемые трансакционные издержки), по сравнению с затратами на физическое изготовление товаров (трансформационные издержки);
- резкий рост доли нематериальных, неутилитарных благ в структуре потребления;
- выход из употребления вещей задолго до их реального износа;
- переход категории «редкость» из фазы производства в фазу потребления.

Здесь автор задаётся вопросами: как и на что в этих условиях качественно и действительно полезно нам можно потратить свободное время? что в наше время есть роскошь (от себя добавим, и нищета) человеческого общения, откуда она берётся, реально ли её подсчитать, измерить, наконец, выразить в деньгах или чём-то ещё? В поисках ответов на эти вопросы А. Долгин выстраивает целую систему категорий новой экономики, важнейшие из которых: демонстративное потребление и потребительская экспертиза, коллаборативная фильтрация, цифровые индустрии и Web3.0, дар, копирайт и его альтернативы, воспитание вкуса, экономика клубов.

В приведённом перечне, пожалуй, *коллаборативная фильтрация + экономика клубов* являются ключевыми институциональными категориями.

По А. Долгину, «...коллаборативная фильтрация — это система обмена субъективным опытом, позволяющая отбирать объекты и информацию в соответствии со вкусом и предпочтениями каждого конкретного человека. Принцип таков: на основании суждений множества людей о качестве чего-либо (оно фиксируется, например, с помощью оценок) подбираются круги единомышленников. Затем внутри этих сообществ налаживается обмен информацией, в частности, на основе суждений одних людей

для других рассчитывается прогноз их восприятия тех объектов, которые они ещё не пробовали. Это напоминает принцип людской молвы, только автоматизированный и очищенный от шума... Коллаборативная (клубная) фильтрация — не что иное, как универсальный механизм потребительской экспертизы качества чего бы то ни было: вещей, текстов, произведений и даже самих людей» [Долгин 2010: 10].

Коллаборативная фильтрация функционирует в процессах взаимодействия различных больших и малых людских сообществ, или, как любит называть их автор книги, клубов, поэтому эта фильтрация также называется клубной.

А сам клуб, по Долгину, есть «ключевая форма существования общества потребления, есть цель его и средство. Вся система знаков, текстов, сигналов — это, с одной стороны, пропускная система в клубы, в которых желательны свои и нежелательны чужие, с другой — это информационное меню, которое там потребляется» [Долгин 2010: 23]. Далее по тексту следует настоящий панегирик клубной жизни. Невозможно удержаться от воспроизведения наиболее бравурных раскатов этого марша потребительского гуманизма:

Кто не потратился на условные знаки, не владеет паролями — не вхож в клуб. Потребность в визуальных сигналах, которые считаются буквально на лету и тем самым помогают стратифицировать общество, движет индустриями моды. Ту же функцию выполняют аксессуары, сотовые телефоны, всевозможные гаджеты, автомобили и прочее имущество... Все компоненты из этого набора сбалансированы между собой по ценовым категориям и более тонко — по вкусу... Индустрии новой экономики производят не просто товары с утилитарными свойствами, а в первую очередь знаково-сигнальную систему, необходимую для организации личной жизни, наработки профессиональных связей, для нахождения ближних и дальних кругов... Человеку необходим не один клуб, а сразу несколько, и разноплановых — по числу интересов и граней личности. Если ассортимент товаров сузить, клубов станет меньше, чем нужно. Их состав окажется разношёрстным, люди начнут мешать друг другу... Поэтому развитое потребление — это не прихоть и не нравственная распушенность, а рациональный способ стратификации и деления на сообщества [Долгин 2010: 24–25].

Институциональные категории, связанные с коллаборативной фильтрацией экономики клубов, предлагается подвергнуть дальнейшему изучению и наполнению содержанием в исследованиях по ряду различных гуманитарных направлений. Прежде всего автор скрупулезно анализирует возможные перспективы измерений символического обмена, движения информации, субъективного времени. В подобного рода измерениях, безусловно, нуждается новая экономика клубных и сетевых эффектов, во многом основанная на символическом капитале с его символическими ценностями, где мерой символического обмена могли бы выступить своеобразные вторые (благодарственные) деньги — постфактумные добровольные платежи, чьими функциями, например, являются оплата услуг потребительской навигации, вознаграждение создателей продукта, измерение символических ценностей. Эти вторые деньги, по мысли автора, могут всячески способствовать расчёту репутаций участников клубных и сетевых взаимодействий нашего мира, ибо не только символические капиталы, но и реальные репутации правят миром. А что формирует сами репутации? Как возникают так называемые звёзды? За ответами на эти вопросы автор предлагает обратиться к механизмам социальных новаций, связанных с изучением процедур «искусства разговора» (общения дешёвого или роскошного. — А. Н.) и возможностей социального импринтинга. В последней главе своей книги, называющейся «Коллаборативная фильтрация и перспективы демократии», Александр Долгин обосновывает, как в условиях интернет-коммуникации было бы возможно коллаборативное сотрудничество и в политической сфере, спо-

собствующее осознанному выбору всех участников политического процесса, для чего через Интернет необходимо было бы обеспечить [Долгин 2010: 212]:

- «экспликацию всех предложений, чтобы человек мог составить о них представление (включая стоимость участия)»;
- «сведение о минимально необходимом/оптимальном количестве приверженцев»;
- «доступную в режиме онлайн информацию о темпе приращения числа людей».

В заключение книги автор синтезирует своё мирозерцание в размышлениях о миссии современной экономики, а также возможных опасностях, стоящих на её пути.

Миссия заключается в создании условий для того, чтобы люди по мере сил и желания могли проявить свою индивидуальность, и дабы, при всех своих различиях, их сосуществование было всё же взаимоприемлемым.

Опасность заключается в том, что (здесь процитируем самого автора) «сетуют на власть денег... а что будет, если власть перевернётся (благодаря технологиям клубно-коллаборативной фильтрации. — *А. Н.*)? Если до сих пор символическое соперничество между людьми до известной степени шло под ковром, то, когда оно станет явным и публичным, нынешние капиталистические игрища могут показаться безобидными забавами. Символический перевес, скалькулируемый и выставленный напоказ, куда более сильный раздражитель, чем материальное неравенство... Об экономическом неравенстве и напряжённости в обществе судят по разнице в доходах между имущими и неимущими... Когда будет измерен подобный разрыв в символическом капитале, тогда станет воочию видно, насколько велика опасность. Будем надеяться, становление рынков личностного времени принесет больше хорошего, чем плохого... на то и существует новая клубная экономика» [Долгин 2010: 219–220].

В целом бросается в глаза, что изложенная в книге А. Б. Долгина система категорий и институтов новой экономики достаточно гипотетична. Она, конечно же, требует эмпирической проверки, экспериментов, доказательств. Заинтересованный читатель мог бы заметить, что хорошо было бы создать некоторую Web3.0-лабораторию, такой экспериментальной интернет-клуб обширного числа пользователей культурных и материальных благ. Среди возникающей меж ними коллаборативной фильтрации там можно было бы проверить и развить разнообразные утверждения и догадки этой книги. Впрочем, именно такой клуб — интернет-портал imhonet.ru — и создан под руководством А. Б. Долгина несколько лет назад. А некоторые первые количественные результаты анализа *imhonet*-данных представлены в приложении к рецензируемой книге. На наш взгляд, эти данные весьма любопытны, но с точки зрения эмпирических исследований *imhonet* может дать гораздо больше. Впрочем, здесь не место предложениям по развитию исследовательских возможностей *имхонета*, которые могут быть восприняты как скрытая реклама этого интернет-проекта.

Как мы уже отмечали, книге, на наш взгляд, не хватает исторического подхода. Страстная погружённость автора в инноватику информационной эпохи не даёт ему возможности хладнокровно сопоставить свою институциональную концепцию с опытом прошедших времён. Например, у института клубов, который А. Долгин по преимуществу анализирует в связи с обществом потребления в информационную эру, на самом деле древняя история, и во все времена сообщества-клубы имели огромное значение. Этнографические исследования антропологов показывают, что, например, поколенческие клубы фактически структурировали трансляцию знания, власти, репутации, да и саму социальную стратифи-

кацию в традиционных сообществах. Именно в знаменитых парижских кофейнях-клубах XVIII века философы-фрилансеры определили контуры эпохи Просвещения, а заодно и ориентиры для Великой французской революции. И какую бы эпоху в какой бы стране мы не тестировали на значение клубной жизни, везде обнаруживаем весомое значение клуба. Не исключение и культурная история России с её аристократическими клубами толстовской «Войны и мира» и плебейскими клубами советской власти.

Далее, главные экзистенциально-экономические метафоры концепции Долгина (такие, как очередная «невидимая рука», новый манифест, экономики дара и счастья) находят свои явные интеллектуальные аналогии в предшествующих временах. На наш взгляд, сам оптимистически-профетический дух книги Долгина поразительно корреспондирует с интеллектуальной психологией конца эпохи Просвещения — начала Индустриальной революции (от Адама Смита до Маркса).

Например, А. Долгин много пишет о проращении новой «невидимой руки» рынка из накачанной мускулатуры имхо-мнений информационного общества. Но из чего проросла старая «невидимая рука» книги «Богатства народов» Адама Смита? Между прочим, из примечания к его предшествующей, также выдающейся книге «Теория нравственных чувств», где Смит пишет, что проявление человеческих симпатий и стремление к ним часто в ущербной форме человеческого тщеславия определяют повседневную мораль счастья и несчастья человеческого общества, а заодно и его стратификацию. О феномене знаменитостей Смит также упоминает, и сделано это вполне в духе имхо-мнений Долгина о «звёздах».

Но А. Долгин не только философ, он практик-инноватор, своими концепциями стремящийся не только объяснить мир, но и изменить его, например, при помощи имхонет-проекта. Такой тип философа-прагматика эпохи бурного становления информационного общества также находит свои аналогии в предшествующей эпохе начала Индустриальной революции. Недаром проницательный и благожелательный критик А. Аузан в предисловии к предыдущей книге А. Долгина «Экономика символического обмена» сравнил коллаборативно-потребительские проекты её автора с кооперативно-индустриальными проектами Роберта Оуэна [Долгин 2006: 9].

Книга Александра Долгина очаровательна как в своих заблуждениях, так и в пророчествах. Пусть её автор подобно Колумбу полагает, что он устремляется на своём корабле «Имхонет» к обратной стороне Индии и Китая — второй «невидимой руке» рынка. На самом деле он вновь открывает великий континент — Америку явных человеческих симпатий.

Литература

Долгин А. Б. 2010. *Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка*. М.: АСТ.

Долгин А. Б. 2006. *Экономика символического обмена*. М.: ИНФРА-М.