

ФИЛОСОФИЯ

Научная статья
УДК 141.3
doi: 10.17223/15617793/481/6

Философские аспекты экономики дара

Надежда Дмитриевна Асташова¹

¹ Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия,
nadya.astashova@mail.ru

Аннотация. Рассматриваются философские вопросы применения экономики дара в современных условиях. В результате критического анализа, направленного на переосмысление сложившихся в науке устойчивых представлений об экономике дара, делаются выводы о том, что цифровые технологии, оперируя открытостью и доступностью информации, обращаются к принципам экономики дара. Глобальной задачей данного типа отношений становится преобразование природы рыночного обмена с тем, чтобы построить совершенно иную систему смыслов. Категории экономики дара становятся важным шагом к пониманию человеком собственного существования.

Ключевые слова: экономика дара, альтруизм, обмен, эгоизм, этический принцип, неотчуждаемые ценности

Для цитирования: Асташова Н.Д. Философские аспекты экономики дара // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 481. С. 53–59. doi: 10.17223/15617793/481/6

Original article
doi: 10.17223/15617793/481/6

Philosophical aspects of a gift economy

Nadezhda D. Astashova¹

¹ Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation, nadya.astashova@mail.ru

Abstract. The article discusses the philosophical issues of the use of a gift economy in modern conditions. The researcher is faced with the task of a systems analysis of the current trends in the development of the gift economy in their comparison with previous approaches in philosophy and anthropology, and with cultural characteristics of modern society. The method of critical analysis is aimed at rethinking the stable ideas that have developed in science and identifying the uniqueness of the current stage of development of the gift economy. The study examines the concepts of the gift economy as a reversible process, contexts of inalienable, symbolic interaction, systems of moral attitudes, forms of social construction. Conclusions are drawn that, in the revision of economic models of market participants' interaction, we observe the active use of the gift economy as one of the directions of society's development. Digital technologies, operating with openness and accessibility of information, create conditions for the use of the gift economy. Today, the gift economy exists as one of several economies in parallel with traditional commodity relations. However, the global task of this type of relationship is to transform the nature of market exchange in order to build a system of meanings, completely different from those created by utilitarian economists. The value of the gift economy lies in preserving the spiritual, mental connection between people. Corporate solidarity and the joy of giving in public are of paramount importance. Possessing a more ancient, sacred nature than market exchange, donation is aimed at forming long-term relationships in society. Practices of the gift economy include the awareness of oneself as the subjective center of a collective event, which is important for the individual, and give the opportunity to present the best version of oneself in the face of the community. Behind social structures, the gift economy reveals a person with his/her experiences and feelings. Thus, the gift economy becomes an important link to understanding one's own existence in the relationship between culture and society, appears as a way to lead a conscious life based on the inability to separate egoistic goals from collective consciousness, removing the false opposition of exchange and gift, egoism and altruism, motive and principle. We are witnessing the emergence of the economy as a sphere associated with the returning of the potential meanings of human existence, the ensuring of the priority of human relations over material well-being – all this actualizes the appeal to the gift economy as a form of living, emotional being.

Keywords: gift economy, altruism, exchange, egoism, ethical principle, inalienable values

For citation: Astashova, N.D. (2022) Philosophical aspects of a gift economy. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 481. pp. 53–59. (In Russian). doi: 10.17223/15617793/481/6

Утрата значимости классических экономических подходов в современных условиях ставит перед философией экономики непростую задачу осмысления новой социальной парадигмы. Мы вынуждены фиксировать, что современные условия развития экономики на практике не создают условий для благополучия большинства и является причиной экологических, промышленных и социальных катаклизмов. Волна общественных призывов в Европе подтолкнула интеллектуальную и политическую элиту к формулированию документов, аргументирующих отказ от роста производства и неограниченного потребления [1]; по их мнению, лишь радикальные меры способны вернуть жизнь людей «к нормальному течению» [2]. Очевидно, что перед современным обществом остро встает необходимость постановки «постматериалистических» целей экономики, обеспечивающих приоритет человеческих отношений над материальным благосостоянием (Н. Кляйн) [3]. Исследователи «другой экономики» (в частности, Дж. Стиглиц [4]), видят свою задачу в получении нового экономического знания, в фокусе внимания оказываются проблемы иных принципов экономического сознания, а также решение методологических и теоретических вопросов, связанных с ними.

В свете подобных тенденций призыв о возвращении к экономике дара как форме «живого», эмоционального бытия (М. Мосс) звучит как никогда актуально.

Как понимать «экономику дара»?

Конструирование символической логики экономики дара представлено двумя направлениями: первое основано на понимании дарения как условия взаимности (М. Мосс, К. Леви-Стросс, Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё), второе интерпретирует дар в качестве нерационального, не подразумевающего ответа действия (Ж. Батай, М. Гodelье) или отрицает возможность дара как такового вообще (Ж. Деррида).

Начало социальных отношений в первобытных обществах М. Мосс [5] видит в обмене дарами как важнейшей функции социального взаимодействия. Он берет за основу трехфазную экономическую схему: дар–получение дара–ответный дар. В качестве особенной формы дарения М. Мосс рассматривает демонстративный акт (потлач), при котором каждый стремится превзойти в дарах другого. Амбивалентность дарения предполагает, что, с одной стороны, это добровольное, а с другой – обязующее действие. При демонстративном дарении противостояние может закончиться бессмысленным уничтожением своего имущества с целью показать богатство и превосходство. Здесь в полной мере проявляется суть архаического акта дарения, который был основан на мифических представлениях и имел сакральный смысл, многократно превосходящий значение материального обмена.

Для К. Леви-Стросса [6] экономика дара – это «универсальная модель культуры», в которой проявляется природа человеческих отношений, основанных на структурах бессознательного обмена дарами. Культура в экономике дара выступает контролирующей

инстанцией, гарантирующей стабильность процессов. Цель экономики дара, по К. Леви-Строссу, – регулирование символического взаимодействия в обществе.

В понимании Ж. Батай [7] дар – деструктивное действие, цель которого находится за пределами каких-либо рациональных побуждений: человеку необходимы чрезмерные траты, такие как роскошь, искусство, культы и т.п., – нечто иное всегда рождается через потерю. В своих рассуждениях об отношении дарения Ж. Деррида [8] идет еще дальше, развивая мысль о бессмысленности жертвы дарения. Согласно его взгляду, истинный дар возможен, если за ним не следует ответного обмена дарами, – такая ситуация становится реальной, когда ни один из участников процесса не воспринимает дар как дарение, что ставит саму идею дара под сомнение.

М. Гodelье показывает, что индустриальная культура, так же как и архаичная, состоит из двух контекстов – продаваемого и неотчуждаемого (то, что может быть предметом сделки, и то, что в принципе не может быть предметом), т.е. «в рыночном обществе вне рынка» присутствуют идеальное в качестве продукта мышления – дара [9. С. 130]. Через понятие дара, который обогащает социальное бытие индивида символическими смыслами и кодами, реализуется принцип синтеза воображаемого и материального. По мнению М. Гodelье, в обществе, где все выставлено на продажу, существуют «опорные точки культуры» – неотчуждаемые ценности, напрямую связанные с практиками дарения.

Ж. Бодрийяр выступает с критикой товарных отношений при капитализме, которым он противопоставляет символический обмен дарами [10]. Проблему обесценивания бытия в связи с проникновением рыночных отношений во все сферы жизни автор предлагает решить через обращение к идее дара, который может стать «дыханием жизни в задыхающемся обществе» [10. С. 53]. Если товар – это «вещь», то дар – «невещь», в своем символизме он полностью исключен из поля стоимостей [11. С. 150], он не экономичен и противоположен производству / производительности. Дар и ответный дар составляют сущность амбивалентного бытия [12. Р. 128], культура и история переживаются нами не как вещь, а как неотчуждаемый дар передачи опыта от предшествующих поколений последующим [12. Р. 83].

Обмен дарами, по П. Бурдьё, становится формой социального конструирования; поскольку в современном обществе реальные экономические механизмы удерживания власти над людьми перестали быть эффективными, господствующие круги вынуждены прибегать к отношениям символического обмена [13. С. 149], таким образом происходит коллективное отрицание экономики «ты мне – я тебе», она «не просто исключена, она немыслима» [13. С. 96].

Тем не менее, несмотря на очевидные перспективы экономики дара, мы по-прежнему сталкиваемся с ее неприятием некоторыми исследователями [14], в связи с чем считаем необходимым более подробно рассмотреть философские аспекты данной проблемы.

Обмен или дарение?

Одной из главных химер социальной теории является убеждение, что в основе как общественных, так и личных отношений лежит идея взаимовыгодного обмена (купли-продажи). Этот подход долгое время поддерживался теорией Марса—Энгельса, в которой они пытались применить исторический контекст капитализма в качестве всеобщего принципа существования цивилизации [15. Р. 15]. Этим же путем следует и К. Леви-Стросс в своих антропологических исследованиях, связывая культурный прогресс с развитием торговли и утверждением ценностей консюмеризма. Идея коммерческого взаимовыгодного обмена в качестве основополагающего принципа жизни человека активно культивировалась в течение всего XX в., в результате чего мы имеем «превращение мысленной инверсии в инверсию конструируемой реальности» [16. С. 162]. Массовое сознание XXI в. предполагает новую модификацию старой идеи, в результате чего мы становимся свидетелями немыслимой ранее логики «контракта на рождение» человека [9. С. 256]. Так, А. Мулен описывает случаи в США, когда дети с инвалидностью подали в суд на родителей за то, что они, узнав о физических недостатках во время внутриутробного развития, допустили их появление на свет [17. С. 57]. Абсурдность увлеченности концептом рыночного обмена, делающим даже связь человека с его родителями предметом сделки, демонстрирует недопустимость сведения многообразия отношений в культуре к данному принципу.

Развенчание иллюзии ценности обмена, возможно, следует начать с рассуждений Э. Дюркгейма о происхождении экономических ценностей из религиозных представлений. Согласно его тезисам, в основе человеческой деятельности «стоит высшая духовная реальность, а именно коллектив» [18. С. 7], являющийся выражением «страсти к бесконечному» и возводящий «беспорядочность в закон». То есть наиболее существенное влияние на жизнь общества оказывают эмоциональные состояния человека, определяющими из которых являются чувства симпатии и солидарности, им мы обязаны появлению социальности. М. Мосс подхватывает эту мысль: на протяжении всей истории человечества в обществах «циркулирует нечто совсем иное, нежели полезность» [5. С. 271]. Очевидно, что кроме продажной стоимости вещь обладает чувственной ценностью, — этот принцип и ложится в основу экономики дара. В отличие от экономического обмена, в котором циркулируют объективные, количественные показатели стоимости, экономика дара определяется субъективной оценкой качества отношений. Первостепенное значение приобретают «корпоративная солидарность» и «радость отдавать публично» (М. Мосс). Так, за социальными структурами экономика дара обнаруживает человека с его переживаниями и чувствами, выступающими «неотчуждаемыми объектами» (М. Годелье) при любом общественном строе.

М. Мосс настаивает на возвратности как обязательном условии дарения, аргументируя тем, что «невозмещенный дар также принижает того, кто его при-

нял» [5. С. 262]. Выступая против интерпретации дара как щедрости [5. С. 98], Ж. Бодрийяр отстаивает реверсивность дарения, когда дар — это лишь вызов, символическое обращение к оппоненту [11]. И действительно, если рассматривать дар как «индивидуальный тотем» [19. С. 307], генерирующий индивидуальные ценности, то символическая возвратность неизменна в качестве отклика коллективного сознания на индивидуальные стремления дарителя. Однако не все исследователи согласны с такой позицией. А. Вайнер утверждает, что дарение никак не связано с укоренившимся в западном мышлении принципом «ты мне — я тебе», а вызвано желанием сохранить нечто, не подлежащее обмену, что «свидетельствует об идентичности индивида или группы и этим утверждает различие между людьми или группами» [20. Р. 43]. Ценность дарения — в сохранении ментальной связи между людьми. Если и говорить об обратимости дарения, то это с большой долей вероятности эмоциональный ответ, когда две стороны, вступая в контакт, инициируют обращение к субъективным качествам друг друга, в отличие от товарных отношений, в которых преобладает взаимодействие, опосредованное абстракцией «холодного» чужака, выступающего посредником — третьим лишним в денежном / вещественном обмене. Дарение стимулирует семейные чувства не только между родственниками, но и между малознакомыми людьми, об этом свидетельствует популярность практики обмена подарками, услугами, помощью и т.п. [21. Р. 68.]. Именно благодаря чувствам солидарности, преданности и великодушия, возникающим при дарении, с глубокой древности народы подкрепляют свои союзы (военные, брачные, торговые) преподнесением даров, тем самым обращаясь к эмоциям, а не рассудку. Такой тип отношений направлен в будущее и нацелен на поддержание длительного контакта.

Вполне логично, что в силу некалькулируемости дарения, в отличие от товарности обмена, оно предстает в первую очередь символической экономикой эмоций. Экономика дара парадоксально противопоставляется взаимовыгодному рыночному обмену, при этом осуществляя символическую реверсивность, при которой вещи становятся несводимы к тому, чем они были до акта дарения. Обладая более древней, сакральной природой, чем рыночный обмен, дарение выходит за рамки осознаваемого дарителем и одариваемым. Анализ отношений, возникающих при экономике дара, демонстрирует факт того, что процессами рыночного обмена далеко не исчерпывается все многообразие человеческих взаимоотношений как в современной культуре, так и при традиционном укладе. Взаимовыгодный обмен — один из множества способов функционирования общества, но не его цель.

Альтруизм или эгоизм?

В первом приближении альтруистическое поведение кажется наиболее очевидным объяснением экономики дара. В связи с этим особое значение приобретают практики изучения дарения как уникального феномена, способного объяснить формирование личности и общества [16. С. 201].

О. Конт определял альтруизм как «религию человечества» [22], выводимую исключительно из области чувственно-иррационального. Следуя этой, ставшей классической, установке, в научной литературе часто встречается противопоставление альтруизма и эгоизма. Не исключение и экономические теории, определяющие альтруизм как совокупность установок и действий, не требующих ничего взамен и ориентированных на благо других. Эгоизм же в них становится выражением противоположной позиции, с ним связывают меркантильное, направленное на удовлетворение индивидуальных потребностей поведение.

Однако в современных условиях альтруистическая концепция претерпевает существенные изменения, приобретая форму «экономического альтруизма». С. Боулз считает, что для эффективной деятельности индивид должен «отдавать предпочтение альтруистическому поведению, т.е. принимать во внимание эффект своих действий на других» [23. С. 114]. В подтверждение подобных выводов М. Сандел отмечает, что «назначение цены на любую деятельность человека подрывает гражданские блага» [24. Р. 121]. Проблематичность использования экономических стимулов наталкивает Т. Нагеля на выводы о том, что у экономических субъектов есть существенный повод приносить пользу другим людям без какого-либо мотива в виде личной выгоды или симпатии [25]. Ж. Аттали в набирающей популярность «отношенческой экономике» видит этап перехода к новым социальным отношениям, главной идеей которых станет осознанная взаимопомощь между различными социальными группами с целью устранения конфликтов и обеспечения безопасности [26]. «Экономический альтруизм» выделяет коллективные ценности в качестве важного фактора экономического поведения, определяющего предпочтение при распределении прибыли. При наличии причинно-следственных связей в современной трактовке экономистов альтруизм больше не понимается как исключительно чувственно-иррациональное явление.

Важно понимать, что «экономический альтруизм» – явление отнюдь не новое. В.П. Эфроимсон показал эволюционную обусловленность альтруистического поведения в качестве важного условия выживания коллектива, при котором общественные цели преобладают над личными [27]. Характерным проявлением современного альтруизма может служить экономика дара, выражающая идею сотрудничества, при котором индивидуальный безвозмездный дар (например, дар знания ученого) служит важным условием благополучия целого общества.

Действительно, будучи социальными существами, мы вынуждены учитывать интересы других людей, при этом степень внутренней эгоистичности не имеет никакого значения. Если альтруизм предполагает мышление, направленное на понимание чужих потребностей, то в этом случае возникает мысль о том, что и все остальные испытывают аналогичные переживания (боль, страх, любовь). Но для реализации эгоистического интереса также требуется осознание иной точки зрения другого человека, без которой до-

стижение индивидуальных целей невозможно. В «индивидуализированном обществе» (З. Бауман) практики экономики дара включают важное для личности осознание себя как субъективного центра некоего коллективного события. В акте дарения противопоставление эгоизма и альтруизма снимается, личный мотив и коллективные ценности сливаются в единое целое. Экономика дара становится важным шагом к пониманию собственного существования во взаимосвязи с культурой и обществом, существующими независимо от нас. Таким образом, она предстает способом вести осознанную жизнь, исходя из понимания невозможности отделить эгоистические цели от коллективного сознания.

Мотив или этический принцип?

Амбивалентность экономики дара наталкивает на мысли о невозможности понимания ее в качестве суммы этических принципов, поскольку значение дара для дарителя не может быть оценено с позиции коллективного блага, и даритель в итоге рассчитывает получить нечто, превосходящее его дар по ценности: славу, признание, популярность, статус и т.п.

С одной стороны, сложно не согласиться с этим аргументом. В ситуации экономических и социальных кризисов все большее количество талантливых молодых людей ищет финансовой помощи у покровителей. Однако даритель и одариваемый в реальности живые люди со своими желаниями и обстоятельствами, послужившими причиной этого бартера. Феномен психологического переноса объясняет участие в дарении: даритель бессознательно проецирует пережитые в прошлом отношения на участников новых. Для одних власть и контроль, возникающие в силу финансовой природы дарения, позволяют чувствовать себя уверенней, для других определяющим является так называемый «комплекс спасителя», базирующийся на вере в собственное уникальное предназначение, заключающееся в помощи другим и т.п. При всем многообразии личных мотивов дарения общим для них является возможность «демонстрации своего превосходства, показывая, что ты нечто большее и высшее» [28. Р. 467].

Материальная составляющая дарения, переходя в духовную сферу, открывает другую сторону дарения, связанную с реализацией этических составляющих этих отношений. Целый ряд исследователей экономики дара [20, 29–31] отмечают, что для участников сообщества гораздо более важным оказывается отдавать, чем брать, поэтому компенсация за дар не является важным условием инициализации дарения. В данном случае дарение понимается как форма общения, проявление внимания к другим людям. Особенно ярко этот аспект проявляется при одаривании тех, кто совершенно в этом не нуждается. Здесь бескорыстное дарение не может быть представлено как замаскированный эгоистический интерес, а в качестве этического принципа образует гораздо более крепкие социальные связи, чем те, которые формируются «эгоистическим интересом экономически мотивированных личностей» [32. Р. 129]. Антиэкономический принцип дарения «трансцендирует такие стоимости,

как воспоминание и возрождение, традиция и утопия счастливого единения» [32. Р. 129], вызывая психологическое состояние удовлетворения и радости в результате дара, – именно это альтруистическое начало как моральная ценность становится основой формирования чувства единения в обществе.

Этическая составляющая экономики дара помогает человеку представить лучшую версию себя для общества. Это, бесспорно, является и эгоистичным мотивом, и коллективным требованием, лишаящим выбора: «хороший человек» – это статус-кво, потеря которого означает утрату значимости для других. Отказаться от бескорыстного дара также невозможно, поскольку одариваемый попадает в аналогичную зависимость: если ты отказываешься от дара, значит ты признаешь себя аутсайдером, не заслуживающим подарков. Такой подачей экономика дара фиксирует дарение в качестве этического нормы.

Сепарабельность индивидуальной мотивации и морали является отправной точкой рассуждений для большинства современных экономистов [23. С. 112]. Однако в случае экономики дара мы наблюдаем ситуацию, в которой эффект от дуэта независимых друг от друга мотивов и этических принципов оказывается выше, чем если они представляли бы собой смысловое единство. Акт дарения направлен на реализацию коллективных ценностей, при этом остается личностным, сохраняя интимные мотивы дарителя, вот почему истинные цели дарения часто полностью скрыты. Реализуя этические принципы, экономика дара не просто проясняет социальную природу, но и заново определяет границы понимания человека.

Современная экономика дара

В XXI в. на фоне стабильного падения прибыльности товарного производства капиталистические системы обращаются к информационным ресурсам в качестве источника экономической прибыли. Инфраструктура информационных данных стала играть ключевую роль в развитии предприятий, а эффективность использования открытого доступа к информации является важным фактором участия в современных экономических процессах. Цифровые технологии способствуют активному вовлечению большого количества людей в разработку и появление на рынке новых продуктов, повышения качества сервисного обслуживания. К. Фукс и С. Севиньяни наглядно показывают «информационную деятельность» в качестве новой формы занятости на рынке труда: как результат совместной коммуникативной и познавательной работы в Интернете появляются информационные продукты, обладающие всеобщим значением [33. Р. 252–253]. Создаваемое на цифровых просторах знание в качестве практики совместной жизнедеятельности превратилось в реальную производительную силу на рынке. Например, контекстная реклама, которая однозначно обладает потребительской стоимостью и денежным эквивалентом, но ее двойственный характер заключается в том, что информация остается под контролем пользователей и полностью отвечает их потребностям, – конечный продукт предстает результатом совместного творчества соцсети, пользователя и

рекламодателя. Использование онлайн-активности и сбор данных через социальные сети позволяет корпорациям незаметно для человека вовлекать его в производство, преумножая капитал и удерживая власть в своих руках.

Бесспорно, интернет-медиа создают условия для цифровой эксплуатации огромных человеческих ресурсов в рыночном взаимодействии. Однако, будучи коллективным продуктом, информационная деятельность демонстрирует свою амбивалентность, включаясь в экономику дара.

С одной стороны, использование таргетированной рекламы превращает самовыражение индивида через онлайн-платформы в товар, с другой стороны, открытость и доступность ресурсов социализируют человеческую деятельность. И если мы говорим о том, что время, проведенное онлайн, воспринимается как форма досуга [34], то в восприятии индивида «информационная деятельность» становится творчеством, игрой [33. Р. 287]. То есть можно говорить о том, что самовыражение человека онлайн выходит за рамки рыночных схем и выстраивается на основе творческого восприятия мира и других людей. В качестве примера можно привести размещение в открытом доступе произведений искусства, фотографии, дизайн акантов соцсетей и сайтов, записи концертов, видеоролики с демонстрацией многочисленных талантов в Интернете и т.п. Важно отметить, что такая творческая активность далеко не всегда подразумевает коммерческую основу; размещая информацию или произведение онлайн, автор включается в экономику дара: делая объект всеобщим достоянием, через символический акт дарения подчеркивает его ценность для сообщества. Для пользователей сети, безвозмездно делящихся информацией, первостепенное значение приобретают душевная, ментальная связь между людьми, радость отдавать публично.

Анализируя ситуацию дарения в науке, когда научное призвание выступает как дар (божественный или инициированный учителем) [35. С. 252], И.Т. Касавин обращает внимание на то, что особый дар знания (особенно в рамках фундаментальных исследований) нельзя купить, им можно только поделиться, а наука требует слишком долгой и трудной социализации, чтобы руководствоваться в первую очередь мотивом прибыли [28. Р. 455]. В ситуации научного знания акт дарения предстает важным условием благополучия всего сообщества. При этом личные мотивы ученого заниматься исследованиями выглядят незначимыми в свете реализации коллективных ценностей и начинают восприниматься как форма альтруизма.

На базе открытых интернет-платформ (open data), позволяющих оперировать огромными массивами данных в различных областях, формируется новое качество научных исследований. Так, интернет-энциклопедия «Википедия», будучи некоммерческим проектом, привлекает тысячи авторов, работающих абсолютно бесплатно. Пример «Википедии» демонстрирует, что материальная составляющая дарения переходя в духовную сферу, открывает сторону, связанную с реализацией этических ценностей, согласно

которым гораздо более важным оказывается отдавать, чем брать, не задумываясь о возможной компенсации за дар. Таким образом, цифровые технологии, оперируя открытостью и доступностью информации, создают условия для использования экономики дара.

В заключение можно сделать вывод о том, что в ситуации пересмотра экономических моделей взаимодействия участников рынка мы наблюдаем активное применение экономики дара в качестве одного из направлений развития общества. На сегодняшний день экономика дара существует как одна из нескольких экономик параллельно с традиционными товарными отношениями. Однако глобальной задачей данного типа отношений становится преобразование природы рыночного обмена с тем, чтобы построить совершенно иную систему смыслов, отличную от созданной экономистами-утилитаристами.

Ценность экономики дара заключается в сохранении душевной, ментальной связи между людьми. Первостепенное значение приобретают корпоративная солидарность и радость отдавать публично. Обладая более древней, сакральной природой, чем рыноч-

ный обмен, дарение нацелено на формирование длительных отношений в социуме.

Практики экономики дара включают важное для личности осознание себя в качестве субъективного центра некоего коллективного события, дают возможность представить лучшую версию себя перед лицом сообщества. За социальными структурами экономика дара обнаруживает человека с его переживаниями и чувствами. Таким образом, экономика дара становится важным шагом к пониманию человеком собственного существования во взаимосвязи с культурой и обществом, предстает способом вести осознанную жизнь, исходя из невозможности отделить эгоистические цели от коллективного сознания, снимая ложное противопоставление обмена и дара, эгоизма и альтруизма, мотива и принципа.

Мы являемся свидетелями становления экономики в качестве сферы, связанной с процессами возврата потенциальных смыслов существования человека, обеспечивающих приоритет человеческих отношений над материальным благосостоянием, – все это актуализирует обращение к экономике дара в качестве формы живого, эмоционального бытия.

Список источников

1. The EU Needs a Stability and Wellbeing Pact, Not More Growth // Theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2018/sep/16/the-eu-needs-a-stability-and-wellbeing-pact-not-more-growth> (accessed: 07.06.2021).
2. What is degrowth? // Degrowth.info.en. URL: <https://www.degrowth.info/en/degrowth-definition/> (accessed: 07.06.2021).
3. Кляйн Н. Это меняет все. Капитализм против климата. М.: Муза SA, 2016. 576 с.
4. Стиглиц Дж. Глобализация : тревожные тенденции. М.: Мысль : Нац. обществ.-науч. фонд, 2003. 300 с.
5. Мосс М. Общества. Обмен. Личность : труды по социальной антропологии. М.: КДУ, 2011. 416 с.
6. Lévi-Strauss C. Les Structures Élémentaires De La Parenté. Berlin : de Gruyter Mouton, 2002. 591 p.
7. Bataille G. La notion de dépense // Bataille G. Oeuvres complètes. Paris : Gallimard, 1970. Vol. 1: Premiers Ecrits, 1922–1940. P. 302–320.
8. Derrida J. Donner Le Temps I: La Fausse Monnaie. Paris : Galilée, 1991. 221 p.
9. Годель М. Загадка дара. М.: Вост. лит., 2007. 295 с.
10. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 389 с.
11. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Библион – Русская книга, 2003. 258 с.
12. Baudrillard J. Fragments: Cool Memories III, 1990–1995. London : Verso, 1997. 154 p.
13. Бурдьё П. Экономическая антропология : курс лекций в Коллеж де Франс. М.: Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2019. 416 с.
14. Столярова О.Е. Призвание ученого в расколдованном и вновь заколдованном мире // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 55. С. 255–260.
15. Bloch M. Marxism and Anthropology: The history of a relationship. Oxford ; New York : Oxford University Press, 1991. 180 p.
16. Белик А.А. Человек в экономической антропологии. М.: Изд-во Ипполитова, 2014. 371 с.
17. Мулен А.М. Тело с точки зрения медицины // История тела : в 3 т. М.: Новое литературное обозрение, 2016. Т. 3: Перемена взгляда: XX век / ред. тома Ж. Ж. Куртин. С. 11–62.
18. Дюркгейм Э. Самоубийство : социологический этюд. СПб.: Союз, 1998. 492 с.
19. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни: тотемическая система в Австралии. М.: Элементарные формы, 2018. 808 с.
20. Weiner A. Inalienable Possessions: the Paradox of Keeping – While-Giving. Berkeley : University of California Press, 1992. 264 p.
21. Bourdieu P. Practical Reason – on the theory of action. Cambridge ; Oxford : Polity Press, 1994. 153 p.
22. Конт О. Общий обзор позитивизма. М.: Либроком, 2012. 296 с.
23. Боулз С. Моральная экономика: почему хорошие стимулы не заменят хороших граждан // Экономическая социология. 2016. Т. 17, № 4. С. 100–128.
24. Sandel M. What Money Can't Buy: the Moral Limits of Markets. New York : Farrar, Straus and Giroux. 2012. 244 p.
25. Nagel T. The Possibility of Altruism. Princeton : Princeton University Press, 1970. 148 p.
26. Аттали Ж. Краткая история будущего : мир в ближайшие 50 лет. СПб.: Питер, 2014. 288 с.
27. Эфронсон В.П. Родословная альтруизма (этика с позиций эволюционной генетики человека) // Новый мир. 1971. № 10. URL: <http://www.evolbiol.ru/document/940> (дата обращения: 07.07.2021).
28. Kasavin I. Gift Versus Trade: on the Culture of Science Communication // Philosophy of the Social Sciences. 2019. Vol. 49 (6). P. 453–472.
29. Cheal D. Gift Economy. New York : Routledge, 1988. 228 pp.
30. Wenzel G. W., Kishigami N. The Social Economy of Sharing: Resource Allocation and Modern Hunter – Gatherers. Osaka : National Museum of Ethnology, 2000. 219 p.
31. Woodburn J. Sharing is not a form of exchange: an analysis of property-sharing in immediate-return hunter-gatherer societies // Property relations: Renewing the anthropological tradition. Cambridge : Cambridge University Press, 1998. P. 48–63.
32. Berking H. Sociology of giving. London : Sage, 1999. 176 p.
33. Fuchs Ch., Sevignani S. What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media? // TripleC. 2013. Vol. 11 (2). P. 237–293.
34. Афанасов Н. Свободное время как новая форма труда: цифровые профессии и капитализм // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2019. Т. 1, № 1. С. 43–61.
35. Касавин И.Т. Этический парадокс науки: между абсолютным и солидарностью // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 55. С. 249–254.

References

1. The Guardian. (2018) The EU Needs a Stability and Wellbeing Pact, Not More Growth. *The Guardian*. 16 September. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2018/sep/16/the-eu-needs-a-stability-and-wellbeing-pact-not-more-growth> (Accessed: 07.06.2021).
2. Degrowth. (n.d.) *What is degrowth?* [Online] Available from: <https://www.degrowth.info/en/degrowth-definition/> (Accessed: 07.06.2021).
3. Klein, N. (2016) *Eto menyaet vse. Kapitalizm protiv klimata* [This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate]. Translated from English. Moscow: Muza SA.
4. Stiglitz, J. (2003) *Globalizatsiya: trevozhnye tendentsii* [Globalization and Its Discontents]. Translated from English. Moscow: Mysl'.
5. Mauss, M. (2011) *Obshchestva. Obmen. Lichnost': trudy po sotsial'noy antropologii* [Society. Exchange. Personality: Works on social anthropology]. Translated from French. Moscow: KDU.
6. Lévi-Strauss, C. (2002) *Les Structures Élémentaires De La Parenté*. Berlin: de Gruyter Mouton.
7. Bataille, G. (1970) *Oeuvres complètes*. Vol. 1. Paris: Gallimard. pp. 302–320.
8. Derrida, J. (1991) *Donner Le Temps I: La Fausse Monnaie*. Paris: Galilée.
9. Godelier, M. (2007) *Zagadka dara* [The Enigma of the Gift]. Translated from French. Moscow: Vostochnaya literatura.
10. Baudrillard, J. (2000) *Simvolicheskiy obmen i smert'* [Symbolic Exchange and Death]. Translated from French. Moscow: Dobrosvet.
11. Baudrillard, J. (2003) *K kritike politicheskoy ekonomii znaka* [For a Critique of the Political Economy of the Sign]. Translated from French. Moscow: Biblion – Russkaya kniga.
12. Baudrillard, J. (1997) *Fragments: Cool Memories III, 1990–1995*. London: Verso.
13. Bourdieu, P. (2019) *Ekonomicheskaya antropologiya: kurs lektiy v Kollezhe de Frans* [Economic Anthropology: A course of lectures at the College de France]. Translated from French. Moscow: RANEPa ("Delo").
14. Stolyarova, O.E. (2020) The vocation of a scientist in a disenchanted and re-enchanted world. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 55. pp. 255–260. (In Russian). DOI: 10.17223/1998863X/55/26
15. Bloch, M. (1991) *Marxism and Anthropology: The history of a relationship*. Oxford; New York: Oxford University Press.
16. Belik, A.A. (2014) *Chelovek v ekonomicheskoy antropologii* [Man in Economic Anthropology]. Moscow: Izd-vo Ippolitova.
17. Moulin, A.M. (2016) Telo s tochkoy zreniya meditsiny [The body from the point of view of medicine]. In: Corbin, A., Courtine, J.-J. & Vigarello G. (eds.) *Istoriya tela* [The History of the Body]. Translated from French. Vol. 3. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie. pp. 11–62.
18. Durkheim, E. (1998) *Samoubiystvo: sotsiologicheskiy etyud* [Suicide: A sociological study]. Translated from French. Saint Petersburg: Soyuz.
19. Durkheim, E. (2018) *Elementarnye formy religioznoy zhizni: totemicheskaya sistema v Avstralii* [The Elementary Forms of Religious Life]. Translated from French. Moscow: Elementarnye formy.
20. Weiner, A. (1992) *Inalienable Possessions: the Paradox of Keeping – While-Giving*. Berkeley: University of California Press.
21. Bourdieu, P. (1994) *Practical Reason – on the theory of action*. Cambridge; Oxford: Polity Press.
22. Comte, A. (2012) *Obshchiy obzor pozitivizma* [General Review of Positivism]. Moscow: Librokom.
23. Bowles, S. (2016) Moral'naya ekonomika: pochemu khoroshie stimuly ne zamenyat khoroshikh grazhdan [Moral Economics: Why Good Incentives Cannot Replace Good Citizens]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. 4 (17). pp. 100–128.
24. Sandel, M. (2012) *What Money Can't Buy: the Moral Limits of Markets*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
25. Nagel, T. (1970) *The Possibility of Altruism*. Princeton: Princeton University Press.
26. Attali, Zh. (2014) *Kratkaya istoriya budushchego: mir v blizhayshe 50 let* [Brief History of the Future: The world in the next 50 years]. Saint Petersburg: Piter.
27. Efrogson, V.P. (1971) Rodoslovnaya al'truizma (etika s pozitivnyy evolyutsionnoy genetiki cheloveka) [Genealogy of altruism (ethics from the standpoint of human evolutionary genetics)]. *Novyy mir*. 10. [Online] Available from: <http://www.evolbiol.ru/document/940> (Accessed: 07.07.2021).
28. Kasavin, I. (2019) Gift Versus Trade: on the Culture of Science Communication. *Philosophy of the Social Sciences*. 6 (49). pp. 453–472. DOI: 10.1177/0048393119864698
29. Cheal, D. (1988) *Gift Economy*. New York: Routledge.
30. Wenzel, G.W. & Kishigami, N. (2000) *The Social Economy of Sharing: Resource Allocation and Modern Hunter – Gatherers*. Osaka: National Museum of Ethnology.
31. Woodburn, J. (1998) Sharing is not a form of exchange: an analysis of property-sharing in immediate-return hunter-gatherer societies. In: Hann, C.M. (ed.) *Property Relations: Renewing the anthropological tradition*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 48–63.
32. Berking, H. (1999) *Sociology of Giving*. London: Sage.
33. Fuchs, Ch. & Sevignani, S. (2013) What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media? *TripleC*. 2 (11). pp. 237–293. DOI: 10.31269/vol11iss2pp237-293
34. Afanasov, N. (2019) Svobodnoe vremya kak novaya forma truda: tsifrovye professii i kapitalizm. [Free time as a new form of work: digital professions and capitalism]. *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 1 (1). pp. 43–61.
35. Kasavin, I.T. (2020) The ethical paradox of science: between the absolute and solidarity. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 55. pp. 249–254. (In Russian). DOI: 10.17223/1998863X/55/25

Информация об авторе:

Асташова Н.Д. – канд. филос. наук, старший преподаватель кафедры философии Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского (Нижегород, Россия). E-mail: nadya.astashova@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

N.D. Astashova, Cand. Sci. (Philosophy), senior lecturer, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Nizhny Novgorod, Russian Federation). E-mail: nadya.astashova@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 11.01.2022;
одобрена после рецензирования 20.07.2022; принята к публикации 30.08.2022.

The article was submitted 11.01.2022;
approved after reviewing 20.07.2022; accepted for publication 30.08.2022.