

ФИЛОСОФИЯ

УДК 141.3

Н.Д. Асташова, Т.В. Бобкова

«НЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ» МОДЕЛИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Рассматривается проблема формирования специфических моделей цифровой экономики. Делаются выводы об утверждении на рынке приоритета нематериальных активов, связанных с бурным развитием «информационной индустрии», которая стимулирует не только использование платформ Интернета, но и нетрадиционный взгляд на цифровую экономику, в основе которого лежит выделение процессов ментального измерения информации.

Ключевые слова: цифровая экономика; экономика дара; индустрия сознания; экономическая рациональность; информационное производство.

В последнее время феномен цифровой экономики находится в фокусе внимания научных исследований, что связано с выделением приоритетности данного направления правительствами целого ряда стран Америки и Европы, в том числе в России, где внедрение цифровых технологий является одной из стратегий национального развития [1]. Однако, несмотря на правительственные вложения в развитие цифровой экономики, до сих пор не сложились ее устойчивые характеристики в научной и повседневной практике. Об этом говорит противоречивость многообразных определений, среди которых можно встретить такие как «глобальная сеть экономических и социальных видов деятельности, которые поддерживаются благодаря таким платформам, как Интернет, а также мобильные и сенсорные сети» [2], «рынки на основе цифровых технологий, которые облегчают торговлю товарами и услугами с помощью электронной коммерции в Интернете» [3], «новый уклад экономики, основанной на знаниях и цифровых технологиях, в рамках которой формируются новые цифровые навыки и возможности у общества, бизнеса и государства» [4], «сложная структура, состоящая из нескольких слоев, связанных между собой практически бесконечным и постоянно растущим количеством узлов» [5], «экономика, зависящая от цифровых технологий» [6] и т.п. Из примеров наглядно видно, что акцент на технических взаимодействиях экономических агентов не затрагивает качественных характеристик цифровой экономики, — создается впечатление сведения цифровой экономики лишь к интернет-технологиям. Такая ситуация формирует низкий уровень доверия к цифровой экономике в целом, что обуславливает потребность в систематизации существующих подходов к моделям экономической реальности, которая в современном мире приобрела цифровой интернет-формат.

Другая проблема актуализации цифровой экономики, которая все больше отдаляется от классической экономической теории, заключается в рассмотрении ее характеристик вне связи с пониманием культурных особенностей современной стадии развития общества. Целый ряд исследователей процессы современного общества характеризует через понятия постиндустриализма или постмодерна, в рамках этого направления развивается теория постэкономизма [7], утвер-

ждающая, что материальные отношения могут быть преодолены, в результате чего экономические отношения (в классической трактовке) перестают иметь определяющее значение для социального сознания и поведения людей. Среди приверженцев постэкономизма можно назвать таких известных авторов, как Й. Масуду, З. Баумана, Г. Маркузе, М. Кастельса, Ж. Бодрийяра, Ф. Джеймисона и др. В современных экономических концепциях выделяются несколько тенденций, неразрывно связанных с этим направлением философской мысли.

При *первом подходе* предпринимается попытка обоснования нового типа экономических отношений через введение понятия иррациональности в существующие экономические модели.

Классический экономический подход предполагает однозначную рациональную трактовку поведения человека, который из всех возможных вариантов выберет максимально удовлетворяющий его потребности. В частности, научная система, представленная именами А. Маршалла, А. Пигу, К. Менгера, Ф. Визера, Л. Вальраса, В. Парето и др., и занимавшая лидирующие позиции последние сто лет как в западной, так и в российской экономической теории, основывается на понятии «рациональный эгоизм» и предполагает гипотетический статус экономической рациональности, вследствие которого человек принимает полностью рациональные решения, наиболее полно соответствующие его целям и потребностям, которые он реализует через серию рациональных шагов.

Экономическая рациональность в классической трактовке подразумевает не просто максимизацию прибыли, но и полную контролируемость процессов, при этом в расчет принимаются только экономические факторы. Ключевое значение при этом отводится «теории рационального выбора», согласно которой «среди возможных альтернатив действия человек выбирает то, что, согласно его ожиданиям, наилучшим образом соответствует его интересам при условии заданности его личных предпочтений и ограничений внешней среды» [8. С. 25]. Понятие «чистая польза» раскрывает не менее важный аспект экономической рациональности, сводящий социальные потребности к получению материальных благ и расширению потребительских возможностей. Таким образом, успех в

обществе связывается с экономической прибылью и является результатом рациональной деятельности. При этом предполагается, что экономическая система обладает внутренним равновесием спроса и предложения, гарантирующим равные условия для достижения максимального благосостояния членов общества.

С второй трети XX в. происходит пересмотр понятия рациональности, который влечет за собой и изменения в экономической теории. При рассмотрении явлений материального мира философы предлагают включать аспекты психической деятельности человека. Новый подход подразумевает состояние сознания, испытывающего давление социальной среды, когда возникает «необходимость руководствоваться внутренними истинами, достоверностями, обеспечивающими неизбежность сознания в его противостоянии «социально организованному принуждению к иллюзии» [9. С. 222]. Следуя данной тенденции, Г. Саймон вносит свой вклад в развитие экономической мысли, вводя понятие «ограниченная рациональность» [10]. По его мнению, в силу объективных и субъективных факторов на экономические отношения неизменно воздействует «ограниченная рациональность». Менеджер, принимая решение, неизменно сталкивается с неполнотой информации и недостаточностью ресурсов, необходимых для стопроцентно рационального решения, также важное влияние на принятие решения оказывают личностные мотивы, которые очень часто идут вразрез с целями и задачами организации, – поэтому уместно говорить об удовлетворительном рациональном решении.

Нобелевский лауреат (1992 г.) Г.С. Беккер [11] отмечает иррациональность экономического субъекта, которую нельзя ограничивать рыночным поведением; А. Сейн [12] вводит этические категории в экономическую теорию благосостояния (Нобелевская премия 1998 г.); Дж. Стиглиц [13] исследует влияние этики на рынки с несимметричной информацией (Нобелевская премия 2001 г.); Д. Канеман [14] анализирует влияние психологических факторов на теорию финансов (Нобелевская премия 2002 г.); работы Р. Талера [15], посвященные иррациональности экономического субъекта, оказали значительное влияние на дальнейшее развитие экономики (Нобелевская премия 2017 г.).

Таким образом, появляется целое направление – «поведенческая экономика», в рамках которой экономический субъект рассматривается с позиций иррациональности, а концепции классической экономической теории утрачивают свое значение для анализа современной ситуации в экономике. Так, исследуя ситуации неопределенности, Д. Канеман, П. Словик и А. Тверски доказали, что поведение людей не укладывается в конструкции классической экономики [16]. Экономический психолог Д. Канеман пришел к выводам, что в большинстве ситуаций люди принимают решения интуитивно, соответственно, «модели рационального выбора психологически нереалистичны» [17]. В. Банерджи и Э. Дуфло в работе «Хорошая экономика для трудных времен» [18] наглядно показывают, что успех социальной жизни напрямую связан с этическими принципами сострадания и уважения. Общим для большинства разработок в направле-

нии «поведенческой экономики» является выделение альтруистических, религиозных, филантропических мотивов поведения человека в экономической системе, что противоречит классической экономической идее «рационального эгоиста», оптимизирующего усилия для максимизации прибыли. Масштаб такого рода исследований позволяет говорить о смене экономической парадигмы.

Цифровая экономика активно подхватывает этот новый виток развития экономических стратегий, создавая условия для трансформации традиционных секторов экономики и возникновения новых бизнес-моделей [19. С. 22]. Влияние на экономику «сквозных» цифровых технологий – робототехники, интернета вещей, искусственного интеллекта, технологий беспроводной связи и других, – невозможно отрицать. Несмотря на всю критику технологической опосредованности и отстраненности от реальной жизни общества, цифровой подход позволяет обратиться к психической, эмоциональной жизни человека через сокращение временных и финансовых затрат на организацию потребительского и производственного процесса посредством использования интернета: традиционные формы экономической активности, такие как торговля, банковское обслуживание, социальное обеспечение, сферы образования и развлечений, приобретают цифровой формат.

В рамках *второго подхода*, ключевое значение отводится появлению новых категорий, идущих вразрез с классическими трактовками экономической реальности.

Одним из первых М. Маклюэн констатировал переход к новым экономическим ценностям: в наше время экономические отношения сводятся к обмену информацией, а не обмену товарами; при этом средства массовой коммуникации становятся новыми «природными ресурсами», увеличивающими богатство общества [20]. Т. Стоуньер [21] развил идеи об экономическом характере использования информации, которую можно сохранять и копить как основной ресурс постиндустриального общества. Действительно, если в начале XX в. под экономическим капиталом понимался труд, земельные ресурсы, денежные активы, то в конце XX – начале XXI в. за ним устойчиво закрепилось понятие «интеллектуальная собственность» (или «нематериальные активы», как ее часто обозначают экономисты). Сегодня на мировых финансовых рынках информационные продукты стали равноправными участниками бизнес-процессов наравне с нефтью и котировками на золото – информация и знания превратились в стратегические ресурсы современной экономической системы. Таким образом, можно наблюдать сужение материального производства при одновременном стремительном росте «информационной индустрии», обусловленном снижением стоимости хранения и передачи информации – важным условием развития технологий больших данных и искусственного интеллекта [22].

Творческий подход в социальных медиа, выстраивание отношений с клиентами и партнерами через интернет-сети становятся важнейшим фактором успешности в современном обществе. Принципы

цифровой реальности, рассматривающие информацию в качестве одного из главных ресурсов, формируют новые экономические показатели, такие как «символическое благо и полезность» [23], «символический капитал» [24], «репутационный капитал» [25, 26] и т.п.

Призму внимания, через которую рассматривается успешность на современном «информационном рынке», можно определить, как «символическое благо». «Символическое благо», обладая социальным значением в виде получения авторитета, престижа, формирует стоимость символа в виде статусных преимуществ – «символическую полезность».

Целый ряд международных организаций начинают использовать разработанный 2006 г. британским Фондом новой экономики «индекс счастья» для измерения благосостояния людей и состояния окружающей среды в различных странах [27].

Символическая ценность информации, искусства, текста и т.п. становится основополагающей при определении «символического капитала». Она подразумевает под собой весь спектр свойств, влияющих на качество человеческих взаимодействий: талант, знания, компетенции и др. При невозможности оценить отдельные элементы в целом ценность символического капитала определяется положительным откликом людей.

Эмоциональная значимость продукта складывается в особенную функцию, гарантирующую качество, – «репутационный капитал», представляющий собой информацию, которой можно доверять. Репутационный капитал формирует «образ» в Сети, с которым ассоциирован экономический продукт. Высокий спрос на такое маркирование объясняет популярность различных блогов и чатов, нацеленных на обсуждение различных продуктов. На «репутационном капитале» строятся и трудовые отношения фриланса, когда получение заказа напрямую зависит от откликов в Сети.

Виртуальное пространство Интернета переполнено символическими образами эмоций, которые включаются во вполне конкретные экономические отношения. Продажа товара в Сети в большей степени ориентирована на эмоциональный импульс покупателя, который становится основополагающим в ситуации отсутствия физического ощущения покупки: быстрота и простота «покупки в один клик» избавляет покупателя от необходимости обращаться к рациональным аргументам целесообразности и необходимости. С возникновением понятия «экономика впечатлений», введенного Дж.Б. Пайн и Дж.Х. Гилмором [28], можно говорить о качественных изменениях в поведении потребителя.

Рассмотрение информации о получении эмоции в качестве «продукта» на рынке цифровой экономики меняет концепцию труда, когда на первый план выдвигает «креативность» взамен понятию о созидательности какой-либо деятельности. Креативность как программа производства образно-знаковых контекстов исключает понятие произведения, мыслимого как отдельный объект, сопряженный с материальным субстратом. Креативность, направленная на получение эмоций как от результата, так и от процесса, теперь обладает самостоятельной значимостью при

оценке труда. Таким образом, экономическое звучание получают термины «ресурсы культуры», «интеллектуальные ресурсы», «культурный бренд» и другие, включающиеся в «эстетическое производство» [29].

Наличие большого количества свободного времени как следствие активного использования техники и технологий приводит к трансформации повседневных практик обывателя, в которых под активным воздействием Интернета и медиа начинает преобладать художественно-визуальное восприятие. В постиндустриальную, цифровую эпоху потребление информации приобретает визуальный контекст: фото- и видеопрезентация становится главным условием продвижения товара на интернет-рынках – это дает основания для утверждения «экранной/визуальной культуры», приходящей на смену «книжной/текстовой». Вполне уместно говорить, что оцифрованная экономика нацелена на формирование образно-знаковых взаимодействий в виртуальном пространстве на стыке реальных экономических процессов и личностного восприятия.

Все вышесказанное позволяет утверждать, что информация в качестве глобального рыночного ресурса кардинально трансформирует экономическую жизнь социума. На смену феномену социально-культурного воспроизводства индустриального периода – «культурной индустрии» [30], подчинившей искусство законам капитализма, в эпоху доминирования информационно-цифровых процессов приходит «индустрия сознания» [31]. Если для «культурной индустрии» характерно массовое тиражирование искусства (литературы, театра, кино, фотографии и пр.) [32], то для «индустрии сознания» массовым становится производство информации, которая, перенимая у искусства знаковую многозначность и смысловую наполненность становится тем, что желает потребитель.

В условиях «индустрии сознания» борьба за признание и благосостояние в обществе – это борьба за обладание информацией, включающей «машину желаний». «Желание» вне связи с субъектом функционирует как «включатель» огромного механизма шестеренок производительного процесса таким образом, «что произведенное выбирается из производства, причем что-то отделяется от производства произведенного» [33]. «Машина желаний» иррационально производит поток желания изнутри себя вне цели и пределов, разрывая на своем пути любые структуры и закономерности в движении к новой реальности. Удовлетворение желания потребителей информации не является конечной целью современной экономики, ключевую роль он отводит ощущениям, возникающим в процессе экономического взаимодействия: «Потребители сегодня в первую очередь коллекционеры ощущений. Желание не желает удовлетворения, напротив, желание желает желаний» [34. С. 120].

Информационно-цифровое производство генерирует программы: данные в сочетании с мнениями, суждениями и есть содержательные единицы индустрии сознания. Чем больше степень абстрагирования, чем дальше от материального, тем менее индустрия зависит от продажи, – информацию, передающуюся через интернет и медиа бесплатно, невозмож-

но оценить с позиции коммерции, у представляемого контента уже «нет цены».

В поисках изъясна «индустрии сознания» Г. Энценбергер отмечает, что хотя новая индустрия обходится без накопления богатства, она не исключает эксплуатацию. Присваивается не рабочая сила, а способность судить и делать выводы. Искоренение альтернатив путем ограничения доступа к информации приобретает промышленные масштабы, – ликвидируется не сама эксплуатация, а способность ее осознавать [31. С. 18].

Таким образом, для постиндустриальной, цифровой эпохи определяющими оказываются процессы ментального, психического измерения информации как объекта экономики, больше не укладывающиеся в традиционные модели и в корне меняющие представления о богатстве, прибыли, эффективности и других экономических понятиях.

Третий подход можно обозначить как поиск новых экономических конструкций.

Совершенно очевидно, что утверждение приоритета нематериальных активов на рынке стимулирует не только активное использование информационных платформ Интернета, но и нетрадиционный взгляд на экономику, в основе которого лежит выделение иррациональных мотивов поведения человека в экономической системе. Как наглядно демонстрируют концепции «поведенческой экономики», в постиндустриальном обществе одной из сфер для самоутверждения и самоисследования человека становится экономическая сфера с ее специфическими инструментами взаимодействий, основанными на использовании информации в качестве главного ресурса. На первый план выходит способность экономики «отражать» потенциальные смыслы, выраженные в деятельности субъекта. На этот аспект обращает внимание российский исследователь Ю.М. Осипов, который, решая известную проблему «пахаря и звездочета» (С.Н. Булгаков), оспаривает классические показатели эффективности труда в виде пользы и доказывает, что первостепенным при оценке труда является его значение труда для самопознания. Таким образом, одной из главных задач экономики будущего становится формирование «хозяйства на уровне и с уровня метасмыслов» [35. С. 32].

Стремительное развитие «индустрии сознания» и осознание ее ключевой роли в развитии современного общества открывают новые возможности и вместе с ними опасности перед интеллектуалом. Осознанно или нет, но он становится участником целой индустрии, чьи задачи могут и не соотноситься с его собственными, в такой ситуации он стоит перед ответственным выбором, включаться в эти процессы или нет. И.Т. Касавин рассуждает о сложных задачах ученого в цифровую эпоху, который, находясь в непростых условиях «фабрики знаний», вынужден искать нетривиальные пути реализации своего творческого потенциала и научного призвания [36]. Вместе с даром знания (от учителей или как следствие развития талантов) ученый получает и обязательства дальнейшей трансляции приобретенных знаний вовне, «на чем зиждутся бескорыстные отношения внутри науки и вовлечение в нее новичков» [36. С. 252], – так происходит включение в «экономику дара».

«Экономика дара», описанная М. Моссом [37] и К. Леви-Стросом [38] как тип взаимодействий внутри архаичных сообществ, предполагает, что даритель не просто нацелен на длительные отношения, но в итоге рассчитывает получить нечто большее, чем то, что он мог бы иметь в результате «обмена»: славу, признание, популярность, статус и т.п. Актуальной задачей такого типа отношений П. Бурдьё называет преобразование природы экономического обмена в символический [39. С. 92–93], при котором вещи становятся несводимыми к тому, чем они были до этого, – происходит вытеснение возможности расчета: он «не просто исключен, он невысказан» [39. С. 96]. По мнению М. Годелье, «символические неотчуждаемые ценности», олицетворяющие идеальное как продукт мышления, напрямую связаны с практиками дарения как в древности, так и в капиталистическом обществе [40. С. 130]. Действительно, нет смысла приписывать свойства «экономики дара» отдельным сферам деятельности человека или историческим этапам развития общества – это понятие намного шире и отражает стремление человека к реализации символических коллективных ценностей. В этом смысле очевидна корреляция идей развития «экономики дара» с исследованиями экономического субъекта Дж.М. Кларка [41], Т. Нагеля [42], С. Боулза [43], Ж. Аттали [44]. Эти концепции предполагают развитие высокого уровня социальной ответственности участников рынка, при котором их действия не нацелены на получение личной выгоды, а мотивацией выступает ориентация на долгосрочные перспективы в контексте развития целого сообщества.

С критикой «экономики дара» в качестве актуального подхода выступает О.Е. Столярова. Она констатирует неправомерность реставрации «архаического типа социального действия, запрос на который в технонаучном мире формальной рациональности попросту отсутствует» [45. С. 257]. Однако аргументация автора, основанная на обращении к веберовской модели формально-рациональных нормативов, нацеленной на количественный, исчисляемый результат и «безразличной к содержательному, качественному аспекту условий и результатов действия» [44. С. 256], не находит подтверждения в реалиях цифровой экономики.

Как было рассмотрено выше, оценку состояния современной экономической системы достаточно большое количество исследователей соотносит с иррациональными, психологическими аспектами поведения человека, не укладывающимися в формально-рациональный подход экономической науки прошлого. В связи с этим критерии классического понятия «экономическая рациональность» ставятся под вопрос и пересматриваются, а известная экономическая схема «спрос рождает предложение» приобретает обратное значение – «предложение формирует спрос». Это наглядно показывает пример «креативной экономики», как правило, реализуемой на цифровых платформах. Она ставит задачу создания новой парадигмы бизнеса, когда творческий подход, направленный на поиск нестандартных решений, оказывается наиболее востребованной услугой на рынке. Технологическая

обусловленность цифровой экономики вовсе не означает сведение человеческого поведения к механистичным алгоритмам, скорее, наоборот, как верно отмечает П. Бренстайн, современная информационная избыточность интернета способна разрушить логику решений [46. С. 180]. Р. Талер [15] обращает наше внимание на то, что даже вынесенная из подсознания информация не способна обеспечить достаточный уровень полноты, необходимый для рационального выбора, поэтому наиболее эффективными оказываются интуитивные методы принятия экономических решений.

Целый ряд примеров цифровой экономики говорит о ее развитии в качестве «экономики дара». Практики открытого доступа к информации становятся наиболее востребованным трендом развития цифровой экономики, и не столько потому, что некалькулируемость ситуации обмена информацией в Интернете делает взаимовыгодный обмен недостижимым, но гораздо в большей степени это связано с эффективностью такого подхода для развития целых направлений и секторов экономики. Развитие цифровых технологий «улучшенных цифровых данных», «краудсорсинга» способствует активному вовлечению большого количества людей в разработку и появление на рынке новых продуктов, повышению качества сервисного обслуживания. Платформы «Open Data» (открытых данных) ориентированы на стимулирование новых бизнес-моделей: в финансовой сфере такой платформой является «Open Banking», открывающая доступ к использованию данных третьими лицами для повышения качества обслуживания клиентов [47]. Открытость научного знания в Сети, его легкодоступность позволяет большому количеству людей использовать передовые достижения науки не только при построении бизнес-процессов, но и для повседневной жизни. Также на базе интернет-платформ формируется новое качество исследований, позволяющих оперировать огромными массивами данных в междисциплинарных областях. Цифровые ресурсы должны работать с инициативой населения не только при решении социальных вопросов, но и при определении направлений и задач научных исследований. Например, в Нидерландах была разработана платформа, в которой представители бизнеса, искусства и науки имеют возможность обсуждать и предлагать темы будущих исследований [48]. Целью британского проекта «Open Air Laboratories» [49] является расширение знаний об экологии окружающей среды через вовлечение населения в научные исследования.

Таким образом, становится очевидным, что, казалось бы, такая «архаическая форма» экономических взаимодействий, как «экономика дара», приобретает новый контекст в технологизированных реалиях современности. Используя открытость ресурсов цифровой экономики, модель «экономики дара» создает перспективы для дальнейшего развития общества, если не «новых», учитывая исторический контекст зарождения отношений дарения, то на совершенно иных условиях взаимодействия экономических агентов. Цифровые технологии не только предстают условием развития новых отраслей экономики, но и трансформируют деятельность человека в различных

сферах общества. Развитие отношений «экономики дара» дает надежду на «разумное» общество, которое, возможно, сможет пересмотреть экономические ценности, основанные на неограниченном потреблении и производстве материальных благ, в пользу творческого, созидательного подхода к реальности в совокупности с ограниченным потреблением.

Выводы. Как в рамках отдельных общественных наук, так и на междисциплинарном уровне активно разрабатывается концепция цифровой экономики, однако, несмотря на то, что правительством целого ряда стран данное направление обозначено в качестве приоритетного, теоретическая разработанность цифровой экономики все еще выглядит незрелой и поверхностной. Основной недостаток существующих подходов в цифровой экономике заключается в их оторванности от предшествующих контекстов развития социально-экономической мысли, а также попытках представить цифровую экономику вне связи с культурными особенностями развития современного общества. Систематический анализ экономических и социальных исследований последних десятилетий выявил иррациональные мотивы агентов экономической системы, что вступает в противоречие с классической экономической теорией. Наиболее яркой современной теорией предстает «поведенческая экономика», основывающая свои выводы на представлениях о непросчитываемости поведения человека в экономических взаимодействиях. Цифровая экономика активно подхватывает этот новый виток развития экономических стратегий, создавая условия для трансформации традиционных секторов экономики и возникновения новых бизнес-моделей. Мы стали свидетелями того, как информация и знания превратились в стратегические ресурсы современной экономической системы, в результате чего можно наблюдать сужение материального производства при одновременном стремительном росте «информационной индустрии». Несмотря на всю критику технологической опосредованности цифровой подход позволяет обратиться к психической, эмоциональной жизни человека через новые экономические ресурсы и категории, такие как индустрия сознания, информационные продукты, интеллектуальные ресурсы, символическое благо и полезность, репутационный капитал, эстетическое производство и т.д. Совершенно очевидно, что утверждение приоритета нематериальных активов на рынке стимулирует не только использование информационных платформ Интернета, но и нетрадиционный взгляд на цифровую экономику, в основе которого лежит выделение процессов ментального, психического измерения информации как объекта экономики, больше не укладывающихся в традиционные схемы и в корне меняющих представления о богатстве, прибыли, эффективности и других экономических понятиях. Масштаб такого рода изменений позволяет говорить о смене экономической парадигмы, для которой творческий подход, направленный на поиск нестандартных решений, оказывается наиболее востребованной услугой на рынке. В этой ситуации можно предположить, что в качестве альтернативы «экономике формально-рациональных нормативов», нацеленной на количественный, исчисля-

емый результат и безразличной к содержательному аспекту взаимодействий, новое значение приобретет «экономика дара». На наш взгляд, при чрезмерной технологизации современных условий жизни наиболее ориенти-

рованная на приоритет человеческих отношений модель «экономики дара» в качестве формата развития цифровой экономики должна поспособствовать дальнейшему прогрессу общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.: указ Президента РФ от 07.05.2018 // Экономист. 2018. № 5. С. 3–13.
2. Australia's Digital Economy: Future Directions. URL: https://www.oaic.gov.au/images/documents/migrated/migrated/sub_broadband_digital_economy.pdf (дата обращения: 17.09.2020).
3. A review on measuring digital trade & e-commerce as new economic statistics products. The 16th Conference of IAOS. URL: http://www.oecd.org/iaos2018/programme/IAOS-OECD2018_Fayyaz.pdf (дата обращения: 15.09.2020).
4. Развитие цифровой экономики в России. URL: <http://www.vseirnybank.org/ru/events/2016/12/20/developing-the-digital-economy-in-russia-international-seminar-1> (дата обращения: 17.09.2020).
5. Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy. URL: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU%282015%29542235_EN.pdf (дата обращения: 14.01.2021).
6. Expert Group on Taxation of the Digital Economy. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/gen_info/good_governance_matters/digital/report_digital_economy.pdf (дата обращения: 17.02.2021).
7. Орехов А.М. Философия экономики в России. Рождение традиции. М.: ИНФРА-М, 2019. 153 с.
8. Радаев В.В. Экономическая социология. Курс лекций: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. 367 с.
9. Мамардашвили М.К., Соловьев Э.В., Швырев В.С. Классика и современность: две эпохи в развитии буржуазной философии // Мамардашвили М.К. Классический и неклассический идеалы рациональности. СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2010. С. 183–256.
10. Саймон Г. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении // Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1999. Т. 1. С. 253–283.
11. Беккер Г.С. Человеческое поведение. Экономический подход. Избранные труды по экономической теории. М.: ГУ ВШЭ, 2003. 670 с.
12. Sen A. On ethics and economics. Malden, MA; Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2005. 131 p.
13. Стиглиц Дж. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему. М.: Эксмо, 2015. 512 с.
14. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ, 2014. 336 с.
15. Талер Р. Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. М.: Эксмо, 2017. 368 с.
16. Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. Харьков: Гуманит. центр, 2005. 629 с.
17. Канеман Д. Карты ограниченной рациональности: психология для поведенческой экономики // Психологический журнал. 2006. Т. 27, № 2. С. 5–28.
18. Banerjee V., Abhijit D.E. Good Economics for Hard Times. PublicAffairs, 2019. 432 p.
19. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: докл. к XX Апрельской междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; науч. ред. Л.М. Гохберг. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 82 с.
20. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего. М.: Академический проект: Фонд «Мир», 2005. 496 с.
21. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе: сб. М.: Прогресс, 1986. 450 с.
22. Hard Drive Cost Per Gigabyte. URL: <https://www.backblaze.com/blog/hard-drive-cost-per-gigabyte/> (дата обращения: 13.03.2019).
23. Сухарев А.Н. Экономические основы функционирования символических благ // Финансы и кредит. 2015. № 3 (627). С. 56–62.
24. Демидова М.В. Социально-философские аспекты управления символическим капиталом // Инновации в науке. 2013. № 16. С. 15–25.
25. Gandini A. Digital work: Self-branding and social capital in the freelance knowledge economy // Marketing theory. 2016. Vol. 16, № 1. P. 123–141.
26. Marwick A., Boyd D. I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience // New Media & Society. 2011. Vol. 13, № 1. P. 114–133.
27. Середа Н.В. Всемирный индекс счастья как индикатор устойчивого развития // Скиф. 2018. № 1 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vseirnyy-indeks-schastya-kak-indikator-ustoychivogo-razvitiya> (дата обращения: 24.02.2021).
28. Пайн Дж.Б., Гилмор Дж.Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М.: Вильямс, 2005. 299 с.
29. Jameson F. Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism. Duke University Press, 1991. 438 p.
30. Адорно Т., Хоркхаймер М. Дialectика Просвещения. Философские фрагменты. М.; СПб.: Медиум; Ювента, 1997. 312 с.
31. Энциенсбергер Г. Индустрия сознания. Элементы теории медиа. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 94 с.
32. Флиер А.А. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 3. URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/ (дата обращения: 15.02.2021).
33. Делёз Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип: капитализм и шизофрения. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=274362&p=9> (дата обращения: 17.02.2021).
34. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества – Globalization. The Human Consequences. М.: Весь мир, 2004. 185 с.
35. Осипов Ю.М. Курс философии хозяйства. М.: Экономист, 2005. 320 с.
36. Касавин И.Т. Этический парадокс науки: между абсолютным и солидарностью // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 55. С. 249–254.
37. Mauss M. The Gift. Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies. London: Cohen & West, 1966. 160 p.
38. Леви-Строс К. Структурная антропология. М.: Академический проект, 2008. 555 с.
39. Бурдьё П. Экономическая антропология: курс лекций в Коллеж де Франс. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. 416 с.
40. Годелье М. Загадка дара. М.: Вост. лит., 2007. 295 с.
41. Кларк Дж. Основы современной концепции экономической ответственности // Terra economicus. 2010. Т. 8, № 4. С. 94–103.
42. Nagel T. The Possibility of Altruism. Princeton University Press, 1970. 148 p.
43. Боулз С. Микроэкономика: поведение, институты и эволюция. М.: Дело, 2010. 576 с.
44. Аттали Ж. Краткая история будущего. Мир в ближайшие 50 лет. СПб.: Питер, 2014. 288 с.
45. Столярова О.Е. Призвание ученого в расколдованном и вновь заколдованном мире // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 55. С. 255–260.
46. Бернштейн П. Фундаментальные идеи финансового мира: эволюция. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 256 с.
47. Что такое Open Banking? URL: <https://rb.ru/longread/chto-takoe-open-banking/> (дата обращения: 15.02.2021).
48. Graaf B., Kan A., Molenaar H. The Dutch National Research Agenda in Perspective. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2017. 241 p.

“Non-Classical” Models of the Digital Economy

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2021, 470, 72–79.

DOI: 10.17223/15617793/470/8

Nadezhda D. Astashova, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Nizhny Novgorod, Russian Federation). E-mail: nadya.astashova@mail.ru

Tatiana V. Bobkova, Nizhny Novgorod Machine Plant (Nizhny Novgorod, Russian Federation). E-mail: btv-nmz@mail.ru

Keywords: digital economy; gift economy; industry of consciousness; economic rationality; information production.

The article considers the problem of forming specific models of the digital economy. The authors aim to carry out a systematic analysis of current trends in the modern economy in their comparison with the previous contexts of the development of the socioeconomic thought and cultural features of modern society. The method of critical analysis allows rethinking the stable ideas that have developed in science and identifying the uniqueness of the digital economy. The authors examine the concepts of the classical economic theory, economic rationality and irrationality, behavioral economics, gift economy, cultural industry, consciousness industry, information and aesthetic production. They conclude that the economic and social studies of recent decades highlight irrational motives of the behavior of participants in the economic system, which contradicts the classical economic theory. The digital economy is actively taking up new trends, creating conditions for the transformation of traditional sectors of the economy and the emergence of new business models. We have witnessed how information and knowledge have become the strategic resources of the modern economic system as a result of which we can observe a narrowing of material production and a simultaneous rapid growing of the “information industry”. Despite all the criticism of technological mediation, the digital approach allows addressing the mental and emotional life of a person through new economic resources and categories such as information products, intellectual resources, symbolic good and utility, reputation capital, etc. It is quite obvious that the assertion of the priority of intangible assets in the market encourages not only the use of Internet information platforms, but also an unconventional view of the digital economy. This view is based on the identification of the processes of mental measurement of information as an object of the economy; these processes no longer fit into traditional models and radically change the ideas of wealth, profit, efficiency and other economic concepts. The scale of such changes suggests a change in the economic paradigm, for which a creative approach aimed at finding non-standard solutions is the most popular service on the market. In this situation, it can be assumed that as an alternative to the “economy of formally rational standards”, aimed at a quantitative, calculable result and indifferent to the content of interactions, the “gift economy” will acquire a new meaning. In the authors’ opinion, with the excessive technology-based modern living conditions, the “gift economy” – a model prioritizing human relations – as a format for the development of the digital economy should contribute to the further progress of society.

REFERENCES

1. *Ekonomist*. (2018) O natsional'nykh tselyakh i strategicheskikh zadachakh razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2024 g.: ukaz Prezidenta RF ot 07.05.2018 [On national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024: decree of the President of the Russian Federation of 07 May 2018]. 5. pp. 3–13.
2. OAIC. (n.d.) *Australia's Digital Economy: Future Directions*. [Online] Available from: https://www.oaic.gov.au/images/documents/migrated/migrated/sub_broadband_digital_economy.pdf (Accessed: 17.09.2020).
3. Fayyaz, S. (2018) A review on measuring digital trade & e-commerce as new economic statistics products. *The 16th Conference of IAOS*. [Online] Available from: http://www.oecd.org/iaos2018/programme/IAOS-OECD2018_Fayyaz.pdf (Accessed: 15.09.2020).
4. WB. (2018) *Razvitiye tsifrovoy ekonomiki v Rossii* [Development of the digital economy in Russia]. [Online] Available from: <http://www.vsemirnyjbank.org/ru/events/2016/12/20/developing-the-digital-economy-in-russia-international-seminar-1> (Accessed: 17.09.2020).
5. European Parliament. (2015) *Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy*. [Online] Available from: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU%282015%29542235_EN.pdf (Accessed: 14.01.2021).
6. EC. (n.d.) *Expert Group on Taxation of the Digital Economy*. [Online] Available from: https://ec.europa.eu/taxation_customs/expert-group-taxation-digital-economy_en (Accessed: 17.02.2021).
7. Orekhov, A.M. (2019) *Filosofiya ekonomiki v Rossii. Rozhdenie traditsii* [Philosophy of Economics in Russia. The birth of a tradition]. Moscow: INFRA-M.
8. Radaev, V.V. (2000) *Ekonomicheskaya sotsiologiya. Kurs lektiy* [Economic sociology. Lectures]. Moscow: Aspekt Press.
9. Mamardashvili, M.K., Solov'ev, E.V. & Shvyrev, V.S. (2010) Klassika i sovremennost': dve epokhi v razvitiy burzhuaznoy filosofii [Classics and modernity: two epochs in the development of bourgeois philosophy]. In: Mamardashvili, M.K. *Klassicheskiy i neklassicheskiy idealy ratsional'nosti* [Classical and non-classical ideals of rationality]. St. Petersburg: Azbuka, Azbuka-Attikus. pp. 183–256.
10. Simon, H.A. (1999) Teoriya prinyatiya resheniy v ekonomicheskoy teorii i nauke o povedenii [Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science]. Translated from English. In: Gal'perin, V.M. (ed.) *Vekhi ekonomicheskoy mysli. Teoriya potrebitel'skogo povedeniya i sprosa* [Milestones in economic thought. The theory of consumer behavior and demand]. Vol. 1. St. Petersburg: Ekonomicheskaya shkola. pp. 253–283.
11. Becker, G.S. (2003) *Chelovecheskoe povedenie. Ekonomicheskii podkhod. Izbrannye trudy po ekonomicheskoy teorii* [The Economic Approach to Human Behavior. Selected Works on Economic Theory]. Moscow: HSE.
12. Sen, A. (2005) *On ethics and economics*. Malden, MA; Oxford, UK: Blackwell Publishing.
13. Stiglitz, J.E. (2015) *Tsena neravenstva. Chem rassloenie obshchestva grozit nashemu budushchemu* [The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future]. Translated from English. Moscow: Eksmo.
14. Kahneman, D. (2014) *Dumay medlenno... reshay bystro* [Thinking, Fast and Slow]. Translated from English. Moscow: AST.
15. Thaler, R. (2017) *Novaya povedencheskaya ekonomika: pochemu lyudi narushayut pravila traditsionnoy ekonomiki i kak na etom zarabotat* [Misbehaving: The Making of Behavioral Economics]. Translated from English. Moscow: Eksmo.
16. Kahneman, D., Slovic, P. & Tversky, A. (eds) (2005) *Prinyatie resheniy v neopredelennosti: pravila i predubezhdeniya* [Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases]. Translated from English. Kharkiv: Gumanit. tsentr.
17. Kahneman, D. (2006) Karty ogranichennoy ratsional'nosti: psikhologiya dlya povedencheskoy ekonomiki [Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics]. *Psikhologicheskii zhurnal*. 27 (2). pp. 5–28.
18. Banerjee, V. & Abhijit, D.E. (2019) *Good Economics for Hard Times*. PublicAffairs.

19. Gokhberg, L.M. et al. (eds) (2019) *Chto takoe tsifrovaya ekonomika? Trendy, kompetentsii, izmerenie* [What is the digital economy? Trends, competencies, measurement]. Proceedings of the XX April Conference on the Problems of Economic and Social Development. Moscow. 9–12 April 2019. Moscow: HSE.
20. McLuhan, M. (2005) *Galaktika Gutenberga: stanovlenie cheloveka pechatayushchego* [The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man]. Translated from English. Moscow: Akademicheskii proekt: Fond “Mir”.
21. Stonier, T. (1986) Informatsionnoe bogatstvo: profil’ postindustrial’noy ekonomiki [The Wealth of Information: A Profile of the Post-industrial Economy]. Translated from English. In: *Novaya tekhnokraticeskaya volna na Zapade* [New technocratic wave in the West]. Moscow: Progress.
22. Backblaze.com. (n.d.) *Hard Drive Cost Per Gigabyte*. [Online] Available from: <https://www.backblaze.com/blog/hard-drive-cost-per-gigabyte/> (Accessed: 13.03.2019).
23. Sukharev, A.N. (2015) Ekonomicheskie osnovy funktsionirovaniya simvolicheskikh blag [Economic foundations of the functioning of symbolic benefits]. *Finansy i kredit – Finance and Credit*. 3 (627). pp. 56–62.
24. Demidova, M.V. (2013) Sotsial’no-filosofskie aspekty upravleniya simvolicheskimi kapitalom [Socio-philosophical aspects of symbolic capital management]. *Innovatsii v nauke*. 16. pp. 15–25.
25. Gandini, A. (2016) Digital work: Self-branding and social capital in the freelance knowledge economy. *Marketing Theory*. 16 (1). pp. 123–141.
26. Marwick, A. & Boyd, D. (2011) I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*. 13 (1). pp. 114–133.
27. Sereda, N.V. (2018) The Happy Planet Index as an Indicator of Sustainable Development. *Skif*. 1 (17). [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/vsemirnyy-indeks-schastya-kak-indikator-ustoychivogo-razvitiya> (Accessed: 24.02.2021). (In Russian).
28. Pine II, B.J. & Gilmore, J.H. (2005) *Ekonomika vpechatleniy. Rabota – eto teatr, a kazhdyy biznes – stsena* [The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage]. Translated from English. Moscow: Vil’yams.
29. Jameson, F. (1991) *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Duke University Press.
30. Adorno, T. & Horkheimer, M. (1997) *Dialektika Prosveshcheniya. Filosofskie fragmenty* [Dialectic of Enlightenment. Philosophical fragments]. Translated from English. Moscow; St. Petersburg: Medium; Yuventa.
31. Enzensberger, H. (2016) *Industriya soznaniya. Elementy teorii media* [The Consciousness Industry. Constituents of a Theory of the Media]. Translated from English. Moscow: Ad Marginem Press.
32. Flier, A.Ya. (2012) Cultural Industries in History and Contemporaneity: The Types and Technologies. *Znanie. Ponimanie. Umenie – Knowledge. Understanding. Skill*. 3. [Online] Available from: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/ (Accessed: 15.02.2021). (In Russian).
33. Deleuze, G. & Guattari, F. (2007) *Anti-Edip: kapitalizm i shizofreniya* [Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia]. Translated from French. [Online] Available from: <https://www.litmir.me/br/?b=274362&p=9> (Accessed: 17.02.2021).
34. Bauman, Z. (2004) *Globalizatsiya. Posledstviya dlya cheloveka i obshchestva* [Globalization. The Human Consequences]. Moscow: Ves’ mir.
35. Osipov, Yu.M. (2005) *Kurs filosofii khozyaystva* [A course in philosophy of economy]. Moscow: Ekonomist”.
36. 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
37. Mauss, M. (1966) *The Gift. Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies*. London: Cohen & West.
38. Levi-Strauss, C. (2008) *Strukturnaya antropologiya* [Structural anthropology]. Translated from English. Moscow: Akademicheskii proekt.
39. Bourdieu, P. (2019) *Ekonomicheskaya antropologiya: kurs lektsiy v Kollezhe de Frans* [Economic anthropology: a course of lectures at the College de France]. Translated from French. Moscow: Delo of RANEP.
40. Godelier, S. (2007) *Zagadka dara* [The enigma of the gift]. Translated from English. Moscow: Vost. lit.
41. Clark, J. (2010) Osnovy sovremennoy kontseptsii ekonomicheskoy otvetstvennosti [The Changing Basis of Economic Responsibility]. Translated from English. *Terra economicus*. 8 (4). pp. 94–103.
42. Nagel, T. (1970) *The Possibility of Altruism*. Princeton University Press
43. Bowles, S. (2010) *Mikroekonomika: povedenie, instituty i evolyutsiya* [Microeconomics: behavior, institutions, and evolution]. Moscow: Delo.
44. Attali, J. (2014) *Kratkaya istoriya budushchego. Mir v blizhayshchie 50 let* [A Brief History of the Future: A Brave and Controversial Look at the Twenty-First Century]. Translated from English. St. Petersburg: Piter.
45. 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
46. Bernsteyn, P. (2009) *Fundamental’nye idei finansovogo mira: evolyutsiya* [Capital Ideas Evolving]. Translated from English. Moscow: Al’pina Biznes Buks.
47. Rb.ru. (n.d.) *Chto takoe Open Banking?* [What Is Open Banking?]. [Online] Available from: <https://rb.ru/longread/chto-takoeopen-banking/> (Accessed: 15.02.2021).
48. Graaf, B., Kan, A. & Molenaar, H. (2017) *The Dutch National Research Agenda in Perspective*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 241 p.
49. OPAL. (n.d.) *OPAL’s National Citizen Science Surveys*. [Online] Available from: <https://www.opal.explorenature.org/surveys> (Accessed: 10.02.2021).

Received: 20 July 2021