

Г. А. Родина *

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРИРОДЫ СТОИМОСТИ В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

У дефиниции *виртуальная экономика* сегодня существует много трактовок. В узком смысле это, во-первых, нечто *синтетическое*, основанное на обмене виртуальными благами в ходе компьютерной интернет-игры. Во-вторых, это нечто *фиктивное*, связанное с сознательным отражением в отчетной документации искаженных данных по финансово-экономической деятельности предприятия или региона и возникшее как адаптивная реакция нерыночного отечественного сектора на рыночные реформы.

В широком смысле термин «виртуальная экономика» используется в научных дискуссиях для обозначения той реальности, которая формируется на наших глазах, и свидетельствует о незавершенности процесса поиска наиболее универсального понятия, отражающего распространение высокотехнологичных (*постиндустриальных, новых*) секторов экономики, что, в свою очередь, оказывает революционизирующее воздействие и на традиционные (индустриальные, старые) сектора.

Оба термина — и постиндустриальная, и новая экономика — вряд ли будут признаны последующими поколениями экономистов удачными. Причина проста: употребление подобных понятий не раскрывает сущность исследуемых явлений, процессов, законов. Они лишь заостряют внимание на том, что появляется нечто новое, приходящее после чего-то старого и традиционного. Оно нуждается в осмыслении и выборе наиболее адекватного обозначившимся изменениям термина. Будут ли эти изменения квалифицированы как вариации старой, привычной субстанции, либо как признаки формирования действительно нового качества, этого в момент зарождения изменений, до проведения кропотливого анализа, сказать невозможно.

Закрепится ли за высокотехнологичными секторами экономики, призванными осуществить переход от пятого к шестому технологическому укладу, понятие *информационная экономика* (применительно к текущему состоянию отечественной экономики — понятие *индустриально-информационная экономика*), *экономика, основанная на знаниях, электронная экономика, цифровая экономика, сетевая экономика* или даже *сетевая постэкономика*, мы сейчас предсказывать не беремся. Впрочем, почему бы не воспользоваться модной в наше время привычкой не утруждать себя поиском подходящего термина, а просто скалькировать англоязычную дефиницию. Тогда появится неудобоваримая *дигитальная*, или *диджитальная, экономика* (от англ. *digital economy*).

В силу приведенных причин более подходящим на данный момент синонимом «виртуальной экономики» мы считаем понятие *неоэкономика*, подчеркивая тем самым переходное состояние и экономической ткани, и экономической мысли.

Как явствует из заявленной темы статьи, цель данного исследования — проследить, как виртуальная экономика трансформирует экономическую природу стоимости товаров и услуг. Если быть более конкретными, то из бесчисленного множества «товаров и услуг» наибольший интерес вызывает то, от чего зависит социально-экономическая эволюция современной эконо-

мики, а именно: производство, переработка, хранение и распространение *информации* в обществе. Следует обратить внимание на то, что становится не просто больше информации как таковой — главенствующая роль закрепляется за определенным типом информации (знаниями).

Стоимость информации и потенциал заключенных в ней *знаний* трудно измерить количественно, поскольку не разработаны еще адекватные измерители и размерность информации, а такие, как бит, количество сообщений и т. п., могут использоваться лишь для материального отражения информации, но никак не связаны с ее ценностью.

Марксистская теория понимает под стоимостью овеществленный в товаре общественный труд, вещное выражение общественного труда товаропроизводителей. Строго говоря, стоимость сопряжена с общественно необходимым трудом не столько производства, сколько воспроизводства товаров.

Товар как продукт труда товаропроизводителя обладает двумя свойствами, связанными (1) со способностью товара удовлетворять какую-либо человеческую потребность (потребительная стоимость) и (2) обмениваться на другие товары (меновая стоимость, являющаяся формой товарной стоимости). Два свойства товара — потребительная стоимость и стоимость — обусловлены двойственным характером труда товаропроизводителя, который был открыт К. Марксом. Труд, создающий различные потребительные стоимости, является конкретным трудом и существует при любом способе производства. К. Маркс считал: «...труд как созидатель потребительных стоимостей, как полезный труд, есть независимое от всяких общественных форм условие существования людей, вечная естественная необходимость: без него не был бы возможен обмен веществ между человеком и природой, т. е. не была бы возможна сама человеческая жизнь». Конкретный индивидуальный труд в любом обществе должен носить общественный характер: в общине он выступает как непосредственно общественный, а в товарном хозяйстве — как частный. Приведение различных конкретных видов труда к одинаковому и соизмеримому труду возможно в ходе абстрагирования от качественных особенностей конкретных видов труда, вычленения простых затрат рабочей силы (физической, нервной, эмоциональной и др. энергии), затрат труда в физиологическом смысле. Такой обезличенный, однородный и соизмеримый труд, заключенный в товаре, называется абстрактным трудом, создающим стоимость товара и представляющим собой не биологическое, а социальное понятие, особую форму проявления общественного труда.

Стоимость (общественно необходимый труд по воспроизводству товара в форме абстрактного труда) на поверхности социально-экономических отношений выступает в превращенной форме — цене производства (издержки производства плюс прибыль), отражающей межотраслевую конкуренцию и органическое строение капитала.

В условиях индустриальной экономики, когда любое материальное благо имело полезность, ведущую роль играли издержки производства, лежащие в основе формирования предложения, а за полезностью, определяющей спрос, оставалась роль второго плана.

В постиндустриальном обществе увеличение производства возможно без пропорционального роста затрат трудовых и материальных ресурсов. Нарушение линейной зависимости между издержками и полезным результатом означает, что издержки по созданию продукта перестают быть опреде-

ляющим фактором. В таком случае пропорции обмена начинают определяться полезностными факторами, вернее, тем эффектом, который можно достигнуть от дальнейшего использования информационных товаров; полезность знаний для покупателя зависит от полезности решений, получаемых при помощи знания, а также от степени снижения неопределенности.

В виртуальной экономике в силу индивидуализации потребностей и переноса акцента с материальных благ на нематериальные *потребительная стоимость занимает преобладающие позиции по отношению к меновой стоимости*. Полезностные свойства информации оформляются в потребительную стоимость информационного продукта в ходе создания материального носителя информации. Скажем, вознаграждение автору за роман может начисляться в зависимости от его объема, что косвенно выражает трудозатраты, однако в развитых странах такая система уже практически не применяется, гонорар выплачивается автору в зависимости от числа проданных экземпляров по мере допечатки тиража. В этом случае характеристикой ценности информационного продукта является спрос.

Поскольку знания, информация становятся непосредственным производственным ресурсом, постольку издержки производства не поддаются учету, т. к. ценность знания не определяется стоимостью произведшей его рабочей силы. Кроме этого, информация избирательна в потреблении, поэтому возникает трудность в измерении общественных издержек производства продукта, представленного на рынок.

Потребности перестают быть унифицированными (они характеризуются индивидуализированным статусом, что представляет человека уникальной личностью), поэтому *труд* значительного количества работников больше не может сводиться к простому труду, *не квантифицируется в единицах абстрактного труда* (т. е. деятельность интеллектуального работника не сводится к абстрактному труду). Вследствие неусредняемости индивидуальных затрат труда по созданию первичной информации *стоимость информации должна определяться не средним общественно необходимым, а индивидуальным рабочим временем*; и только в ходе материализации информации труд по тиражированию, хранению, передаче информации утрачивает свою уникальность, является воспроизводимым, становится усредняемым, вследствие чего его результат приобретает форму товара, имеющего общественную потребительную стоимость и стоимость.

В результате, если в индустриальном обществе стоимость была сопряжена с качественно однородными, а потому и количественно соизмеримыми свойствами товара, в виртуальной экономике на первый план выходят качественно разнородные, следовательно, количественно несоизмеримые свойства товара.

Со стороны потребления стоимость претерпевает изменения полезностных оценок: содержание полезности сводится не столько к универсальной потребительной стоимости продукта, сколько к его высокоиндивидуализированной *символической ценности*. Потребление благ в виртуальном обществе трактуется исследователями не в виде потребительных стоимостей, а как потребление символических ценностей. Показателен в этом плане диалог героев романа «Числа» В. Пелевина, когда героиня обращает внимание своего партнера на то, что он потребляет вовсе не автомобиль, а образ себя, едущего на нем, так что все потребление постепенно становится потреблением образов,

связанных с материальными предметами. К объективным свойствам товара присоединяются символы его признания («итальянская мода», «французский хлеб», «чешское стекло», «ярославская финифть»), поэтому предложить покупателю уникальный и дешевый товар становится недостаточным — необходимо, чтобы он получил престижно-смысловое признание.

Пропорции обмена, составляющие традиционную основу стоимости, таким образом, *размываются*, или подвергаются *аттенуации* (англ. *attenuation*).

Вместе с тем в отечественных учебных пособиях по информационному бизнесу наибольшей популярностью все еще пользуется затратный подход, предлагающий обозначить своеобразный «коридор» границ стоимости информации между оценкой покупателя (она определяется его индивидуальными усилиями по производству покупаемой информации) и затратами производителя (они состоят из затрат по осуществлению отдельных этапов технологического процесса производства информации).

Несводимость издержек производства информационных продуктов к простым затратам рабочей силы и возможность их тиражирования без дополнительных затрат приводят к модификации стоимости: если ценность материальных ресурсов имеет пространственную сущность (географическое положение объекта, природное сырье, людские ресурсы, транспортные сооружения и др.), то для информационных ресурсов решающей становится временная сущность («знаниевая» стоимость максимальна в момент создания, по мере же устаревания знания в процессе тиражирования информационного продукта она стремительно снижается). В такой трактовке стоимость представляется величиной, подверженной резким колебаниям, не имеющим отношения к издержкам по ее созданию. Практически это означает, что одна и та же информация может иметь разную стоимость в зависимости от обстоятельств ее применения. К такому же выводу пришел Р. М. Нижегородцев, предложивший заменить разработку одной-единственной методики стоимостной оценки информации созданием нескольких частных методик, конкретное применение которых диктуется целями их использования.

В пользу данного подхода говорит практика торговли идентично наполненными программными продуктами, когда ценовые вариации достигают нескольких порядков. Напрашивается аналогия с поиском измерителя полезности в конце позапрошлого века: абсолютные измерители в виде «ютилей» оказались малорезультативными, в то время как относительный подход — через инструмент исследования в виде кривых безразличия — был взят на вооружение экономическим анализом. Нечто подобное происходит и с информацией: она не сводится к абстрактному труду, ее ценность связана с историей ее получения и с конкретной ситуацией ее применения, поэтому она не имеет универсальной меры измерения, применительно к ней существует только условная мера.

Лично нам представляется, что конструктивным является подход к этому вопросу с позиций эволюционной экономики, трактуемой в терминах термодинамики, что позволяет перестать трактовать стоимостные отношения как сводимые лишь к сравнительным затратам абстрактного труда, связанным с энергетическим аспектом материального мира, — стоимостные отношения обретают свою истинную природу прежде всего как информационные отношения. Данный подход раскрывает ошибочность позиции, противопо-

ставляющей стоимостные и информационные отношения и сводящей переход от довиртуальной экономики к виртуальной — к смене товарно-стоимостной связи индустриальной экономики — эпохой преобладания информационной связи.

Серьезной попыткой истолковать стоимость в терминах информационных затрат и тем самым объяснить природу экономической деятельности на основе использования понятий термодинамики является исследование К. К. Вальтуха, где функциональные взаимозависимости (стоимостные отношения) анализируются в терминах эволюционных биологических процессов с применением системного подхода, акцентирующего внимание на функциональных (информационных) характеристиках. Вследствие этого связанный с информационным аспектом материального мира конкретный труд начинает играть главную роль в экономическом процессе. «Термодинамический закон постоянства количества материально-энергетической субстанции позволяет сформулировать основные положения теории информации применительно к природным процессам и к трудовой деятельности человека», поскольку вся трудовая деятельность есть, в сущности, информационная деятельность, направленная на изменение формы материи — энергии.

Однако именно в силу того что конкретный труд качественно разнороден и, соответственно, количественно несоизмерим, возникают сложности с определением стоимости информационных продуктов.

Мы приходим к *выводу*, что выявленная размытость основы стоимости информационного продукта придает ей черты неопределенности и виртуализированности.

* Ярославский государственный технический университет, Ярославский филиал
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации