

---

**ФИЛОСОФИЯ**

---

УДК [1:316]:330.133-021.131

**СОВРЕМЕННЫЙ ФЕНОМЕН ВИРТУАЛИЗАЦИИ СТОИМОСТИ*****Е.В. Малкова***

В статье рассматриваются точки зрения исследователей второй половины XX — начала XXI вв. на современную экономику как виртуальную экономику. Наряду с этим предполагается, что становление «новой экономики» с чертами виртуализации может изучаться через призму трансформации феномена стоимости.

*Ключевые слова:* виртуальное; виртуальная реальность; виртуальная экономика; виртуализация; цена; стоимость.

Современная социально-экономическая реальность последних десятилетий уверенно проявляет новые тенденции: формируются и развиваются принципиально новые характеристики экономической практики. Большинство развитых стран сегодня стремятся соответствовать инновационной модели развития, предлагаемой авторами теории постиндустриализма. Данный процесс стал еще более очевиден на фоне усиливающейся кризисности всех сфер общества, в частности кризисности экономики как таковой. В системе мирового хозяйства к традиционным и казавшимся достаточно прозрачными секторам материального и нематериального производства добавилась совершенно новая, зачастую мимикрирующая под них, а фактически «проникающая» в них, сфера виртуальной экономики. Виртуальная экономика твердо заняла позиции нового структурного элемента мировой экономики. Таким образом, объективно возникает целый ряд вопросов, ответы на которые позволят продвинуться в определении ключевых тенденций развития общества. Во-первых, это вопрос о собственной сущности виртуальной экономики, появление которой часто связывают с формированием глобальной виртуальной среды в сфере социально-

экономической деятельности людей [1]. Во-вторых, что, наш взгляд, является наиболее важным, вопрос о новом качестве современной экономики вообще, о тех ее внутренних чертах и процессах, которые привели к появлению экономической виртуальности. В-третьих, вопрос об изменившемся качестве основных элементов экономической реальности.

Рассмотрим основные подходы к определению виртуальной экономики и феномена виртуализации экономической реальности, сложившиеся в науке за последнее десятилетие. Большинство трактовок виртуальной экономики связывает возникновение виртуальности в обществе и экономике с появлением и активным развитием новых компьютерных технологий, формированием IT-сферы и распространением ее на бизнес-среду. Исследователи, разделяющие эту точку зрения, должны признать, что виртуальная экономика — это больше «электронная коммерция», чем информационное производство. Такая виртуальная экономика имеет следующие черты:

- новый тип производственных отношений, в основе которого лежит «замещение реального продукта процессом транзакций, циркулированием электронно-цифровых пото-

---

*Малкова Елена Вячеславовна* — кандидат философских наук, зав. кафедрой общих гуманитарных, социально-экономических и естественнонаучных дисциплин, Пермский институт экономики и финансов, 614000, Пермь, ул. Куйбышева, 98а; старший преподаватель кафедры философии, Пермский государственный университет, 614990, Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: ev-malkova@yandex.ru

ков данных и замещение труда «сетью кибернетического знания» [2. С. 144-145];

- субъект виртуальной экономики — виртуальный класс, класс «киберкапиталистов», или собственников и управляющих компаний, создающих и применяющих компьютерные технологии [2; 3; 4; 5];
- создание продукта замещается реляционным процессом транзакций посредством компьютерных сетей;
- основа функционирования виртуальной экономики — рекомбинантная товарная форма, или товар в виде электронных сигналов.

Характерное для виртуальной реальности в целом, и для виртуальной экономики в частности, *замещение* является ключевым во всех процессах. На простом уровне функционирования экономических отношений замещение существует и поддерживается посредством компьютерных симуляций, а более сложным образом оно представлено в сетевых формах организации управления бизнес-средой, в том числе в связи с развитием компьютерных технологий. Данные процессы обуславливают движение фирмы к децентрализации и гибкости собственной структуры — так *виртуальность* виртуальной экономики (*электронной коммерции*) постепенно внедряется в реальную экономическую практику.

Отметим, что при внимательном рассмотрении функционирования электронной экономики становится совершенно очевидно, что она не так виртуальна, как может показаться. Электроника и телекоммуникации, как основные факторы информационной экономики, могут быть отнесены к сфере материального производства, точнее, как считает И.Б. Полубина, к *отраслям с преобладающей долей материального капитала* [6]. Эти факторы образуют «пространство возможностей» для «мягких» технологий новой экономики [7. С. 119]. Виртуальная экономика зависима от сферы материального производства.

Не менее распространен подход, связывающий появление виртуальной экономики с ослаблением причинно-следственных связей в

экономике, а точнее с нарастанием неопределенности, особенно в финансовой сфере. Именно финансовая сфера является наиболее информационной, автоматизированной, наиболее склонной к фиктивным процессам (раздвоение финансового капитала на действительный и фиктивный). Таким образом, представители данного подхода неизбежно отождествляют виртуальную экономику с финансовой экономикой и, более того, сводят экономику к *финансоэкономике* [8. С. 20]. Так, виртуализация экономики определяется как процесс перехода к постиндустриальным технологиям развития денежного рынка. Главными особенностями такой виртуальной экономики являются высокая степень рефлексивности [9. С. 67], нарастающий индетерминизм [10. С. 202], симулятивность (замещение реальных финансовых инструментов суррогатными) [11], иллюзорность [12]. Иллюзорность виртуальной экономики заключается, прежде всего, в проникновении и постепенном смещении мощного сектора материального производства виртуальными экономическими (финансовыми) инструментами, когда реальный процесс создания стоимости в процессе производства товара разрушается и замещается псевдорыночным формированием цены за форму продукта. «Корни виртуальной экономики лежат, таким образом, в продолжении обмана внутри экономики, которая опиралась на мощный производственный сектор, якобы создающий добавочную стоимость, а в реальности промышленность разрушала часть вложенной стоимости, тогда как произвольное ценообразование позволяло скрывать это» [12].

Особого внимания заслуживает концепция известного российского социолога Д.В. Иванова: виртуальная экономика — это экономика образов, имиджей, симуляций, обуславливающих современную социальную организацию. Сама по себе теория виртуальной экономики не имеет большого смысла. Для исследователя важнее зафиксировать глобальный процесс изменений, характерный для общества в целом — виртуализацию общества, который есть скорее «серия разнородных, но направленных сходным образом тенденций в различных сферах жизне-

деятельности» [5. С. 76]. Экономика является одной из тех сфер, где достаточно выразительно проступает *симуляционная практика*, лежащая в основе всего процесса виртуализации.

В сложившейся экономической практике базовыми элементами являются *товар*, как вещь, объективные свойства которой есть благо, *инновация*, как разработка и внедрение новых товаров, *труд*, как продуктивная деятельность, организованная в определенное время в определенном месте, *платежеспособность*, как обладание универсальным вещественным заместителем товаров — деньгами. На них строится всякая хозяйственная деятельность. В новой экономике эти элементы виртуализируются в связи со смещением акцентов с производства вещи на ее потребление, с преобладанием сегмента сферы услуг в структуре экономике. Поэтому проблемой становится не производство товара, а превращение его в предмет потребления. Следовательно, потребитель выбирает не товар, а товарный знак, фиксирующий особенность, что влечет изменение механизма ценообразования. Исследователь говорит о виртуализме как новой концепции цены: цена есть функция не от стоимости, а от образа стоимости, в ее основе лежит императив «виртуального» производства. Также проблемой здесь становится проблема стоимости: стоимость товара определяется социальным статусом производителя, а не наоборот, как в классическом капитализме. Виртуальность экономики, по Д.В. Иванову, таким образом, заключается в том, что на рынке обращаются не реальные вещи, а образы товаров и имиджи фирм, а симуляция производства и стоимости вызывает виртуализацию институтов рынка, например *виртуализация-симуляция* труда (рабочие места организуются по-новому — вне прикрепленности к какому-либо конкретному месту, вне рамок традиционного «рабочего дня», ради решения стратегической, но единичной задачи). Виртуализация капитала, возникающая из виртуализации труда, благодаря своей спекулятивной природе ведет к виртуализации денег, которые из средства платежа превращаются в персонифицированный образ платежеспособности. Симуляция облада-

ния деньгами приводит к *симуляции-виртуализации* финансов и т.д. Компьютеризация повседневной жизни вводит в обиход виртуальную реальность в качестве компьютерных симуляций реальных вещей и поступков. Общество, в традиционном его понимании, замещается киберпротезом — виртуальным магазином [13].

Построить некую модель виртуальной экономики как самостоятельного сектора мировой экономики, или общую модель «новой экономики», обладающей чертами виртуальности, сегодня достаточно сложно: очевидны «туманность» популярной виртуальной терминологии, «незрелость» феномена виртуальной реальности, неоднозначное отношение исследователей и практиков к проявлениям виртуальности. В данной статье мы обозначили наиболее общие контурные подходы к определению природы виртуальной экономики.

В указанных подходах к определению феномена виртуальной экономики при более пристальном внимании становится совершенно очевидной общая как для виртуальной экономики, так и в общем плане для новой экономики, проблема — проблема стоимости. В первом подходе возникает вопрос о новой форме процессов, создающих стоимость. В электронной коммерции стоимость создается не как таковая, а как виртуальная цепочка добавления стоимости. Суть ее заключается не в отражении воплощённого в товаре и овеществленного в нём общественного труда товаропроизводителей, а в повышении ценности товара в глазах покупателя. Виртуальная цепочка стоимости здесь образуется из целого ряда звеньев: поиск, организация, отбор, синтез и распространение информации, технические возможности и условия и т.п. При создании продукта, точнее информационной услуги, ее стоимость будет расти по мере использования каждого из звеньев всей цепочки добавления стоимости, а также в зависимости от множества факторов (простота поиска, актуальность информации, социальная значимость, технологичность обработки найденной информации, возможность ее трансформации и т.д.). Кроме того, сложность заключается в удвоении

рыночного процесса, когда в виртуальном пространстве происходят многократное копирование, умножение реальных процессов с последующим извлечением прибыли.

В случае второго подхода стоимость вообще оказывается неуловима. Точнее, она в негативном смысле виртуальна, так как равна субъективным ожиданиям участников экономических отношений и в то же время не соразмерна реальному экономическому благу. Так, стоимость, создаваемая производными бумагами, совершенно может быть не связана со стоимостью, создаваемой первичными ценными бумагами.

Внедрение и активное использование новейших информационных технологий в экономической и социальной практике привели к изменению бизнес-ландшафта, а значит, привычных параметров основных элементов экономики. С приходом электронной экономики (коммерции) производство, а с ним и процесс создания стоимости, фактически ушли на второй план и даже растворились. В связи с требованиями современности трансформации бизнеса приходит этап декапитализации производства. Наиболее успешны сегодня те участники рынка, которые имеют небольшой капитал, но при этом владеют брэндом. Производство в этих условиях сосредоточено на мета-рынке — во взаимодействии с внешними структурами и сводится к формированию комплектов систем, узлов, поставляемых широкой сетью других внешних структур. Соответственно, в данных условиях трансформации экономики процесс создания стоимости перестает быть очевидным и растворяется (фактически не измерим) в сети мета-рыночных связей.

Если обратиться к традиционному реальному сектору материального производства, то и там стоимость «невидима», и речь может идти в лучшем случае о себестоимости. Так, например, в одной из своих работ исследователь И.Б. Полюбина приводит следующие данные: джинсы Levi's Signature, которые Levi Strauss & Co продает в супермаркетах Wal-Mart только на территории США, с осени 2003 г. шьются на российской фабрике «Глория-Джинс» в г. Шах-

ты Ростовской области. Ни одна из существующих фабрик этой фирмы в Венгрии или Польше не смогла бы произвести джинсы приемлемого качества по рекордно низкой цене в 25 долл., необходимой для продажи джинсов в супермаркете и захвата дешевого сегмента массового рынка. Это означает, что товары больше не оцениваются только по стоимости и качеству. Товары должны соответствовать некому брэндю. Брэнд оценивается по другим критериям: имиджу, статусу, личной симпатии. Продукт обретает добавленную стоимость фактически из «воздуха». Так, себестоимость пары кроссовок может отличаться от цены для конечного потребителя в десятки раз: ультрамодные кроссовки Adidas дизайна Иоджи Ямамото обходятся производителю меньше, чем в 100 долл., а в бутиках продаются по 1 000 долл. [7].

Современная экономика, экономика «замещения», «кентаврирования» реальных экономических процессов и отношений, своей виртуальностью сигнализирует о кардинальных преобразованиях основ общества. Современная философия, отмечая причудливое «переплетение» феноменов виртуальной экономической реальности, обнаруживает в их хаотичном существовании наличие необходимых тенденций появления новых форм существования общества. Констатируя «исчезновение» или трансформацию стоимости, исследователь обнаружит тенденции, связанные с появлением новых исторических форм социального бытия, в частности новой формы труда, как ключевой составляющей общества.

### Список литературы

1. Боярченко С.И., Левендорский С.З., Аганов С.Е. Трехсекторная модель российской виртуальной экономики. М., 2002. 42 с.
2. Иванов Д.В. Виртуализация общества // Социология и социальная антропология. СПб., 1997. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://NetHistory.Ru/biblio/1043175151.html> (дата обращения 28.09.2010).
3. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб., 2002. 224 с.
4. Иванов Д.В. Императив виртуализации. Современные теории общественных изменений. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2002. 211 с.

5. Клиффорд Дж. Гэдди, Барри В. Икес. Российская виртуальная экономика [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.wshs.org/ru/2004/jun2004/virt-j30\\_prn.html](http://www.wshs.org/ru/2004/jun2004/virt-j30_prn.html). (дата обращения 28.09.2010).
  6. Кузьминов Я.И., Яковлев А.А., Гохберг Л.М., Ларионова М.В., Кузнецов Б.В. Россия: формирование институтов новой экономики // Модернизация экономики России: Социальный контекст: в 4 кн./отв. ред. Е.Г.Ясин. Кн.1. М.: Издат. дом ГУ ВШЭ, 2004. 589 с.
  7. Полюбина И.Б. Инновационная экономика: зарубежный опыт и проблемы развития в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.dofa.ru/DumnaJa/5\\_ISER/polubina.doc](http://www.dofa.ru/DumnaJa/5_ISER/polubina.doc) (дата обращения 29.09.2010).
  8. Потемкин А.П. Виртуальная экономика и сюрреалистическое бытие: Россия. Порог XXI века. Экономика. М.: Инфра-М, 2000. 592с.
  9. Kroker A., Weinstein M. Data trash. The theory of the virtual class. Montreal, 1994.
  10. Иванов Д.В. Феномен компьютеризации как социологическая проблема // Проблемы теоретической социологии. Вып. 3. СПб., 2000.
  11. Паринов С., Яковлева Т. Экономика 21-го века на базе Интернет-технологий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm> (дата обращения 27.09.2010).
  12. Сорос Дж. Алхимия финансов. М., 1998. 416с.
  13. Экономическая теория на пороге XXI века — 5: Неоэкономика / под ред. Ю.М. Осипова, В.Г. Белолипецкого, Е.С. Зотовой. М.: Юристъ, 2001. 624 с.
- 

## VIRTUALIZATION OF VALUE AS A MODERN PHENOMENON

*E. Malkova*

Perm State University, 15 Bukirev str., Perm, 614990

Perm Institute of Economy and Finance, 98a, Kuybisheva str., Perm, 614000

The article presents the ideas of investigators of the second half of the 20th century — beginning of the 21st century about modern economy as a virtual economy. At the same time, it is supposed that the emergence of “new economy” with features of virtualization can be considered through the lenses of the transformation of the phenomenon of value.

*Key words:* virtual; virtual reality; virtual economy; virtualization; price, cost, value.