

Экономика обогащения и структура товаров

BOLTANSKI L., ESQUERRE A. (2017). ENRICHISSEMENT: UNE CRITIQUE DE LA MARCHANDISE. PARIS: GALLIMARD. 672 P. ISBN 978-20-7014-787-8

Ольга Добрянская

Студентка магистерской программы «Социальные институты и практики»,
факультет социологии и философии, Европейский университет в Санкт-Петербурге
Адрес: Гагаринская ул., д. 6/1, литера А, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация 191187
E-mail: odobryanskaya@eu.spb.ru

В 2017 году во Франции вышла книга Люка Болтански и Арно Эскера, название которой можно перевести на русский язык как «Обогащение. Критика товара»¹ («Enrichissement: une critique de la marchandise»). Данное произведение можно рассматривать в рамках социологии оправдания, или социологии критической способности, выделение которой в отдельную область социологии связано с публикацией бестселлера Люка Болтански и Лорана Тевено «Критика и обоснование справедливости: очерки социологии градов» («De la justification: les économies de la grandeur»). «Прагматический поворот», по версии Болтански и Тевено, характеризуется тремя основными чертами: анализом ситуаций, вниманием к вещам и переходом от критической социологии к социологии критической способности. Все три черты характерны и для новой книги Болтански и Эскера.

Хотя книга Болтански и Тевено буквально в течение нескольких лет «приобрела репутацию новой классики и последнего слова социальной теории»², перевода на русский язык ей пришлось ждать более 20 лет (оригинал вышел во Франции в 1991 году, а русский перевод был опубликован лишь в 2013 году). Книге Болтански и Эскера в этом отношении повезло больше: «Обогащение» должно выйти в русском переводе уже в 2020 году. В ожидании публикации книги на русском языке предлагаем читателям ознакомиться с основными ее положениями.

Экономикой обогащения (*économie de l'enrichissement*) авторы называют тип экономики, характерный для стран Западной Европы XXI века (в первую очередь для Франции, которая, по мнению авторов, как нельзя лучше подходит для изучения экономики обогащения), основанный не на производстве новых вещей,

© Добрянская О. В., 2020

© Центр фундаментальной социологии, 2020

DOI: 10.17323/1728-192X-2020-4-305-317

1. Далее по тексту (если не указано иное) перевод наш.

2. Копосов Н. Е. (2013). Грамматика демократии: «социология градов» Люка Болтански и Лорана Тевено // Болтански Л., Тевено Л. Критика и обоснование справедливости: очерки социологии градов / Пер. с франц. О. В. Ковеневой под ред. Н. Е. Копосова. М.: Новое литературное обозрение. С. 7.

а на стремлении «обогатить» вещи уже существующие (аналогично обогащению металлов), в особенности посредством рассказов, или нарративов (*récits*). Обогащением также можно назвать особенность этой экономики, которая состоит в извлечении прибыли из торговли вещами, в первую очередь предназначенными для богатых и составляющими для них дополнительный источник обогащения.

В книге рассматриваются истоки экономики обогащения, ее особенности, основные сферы, в которых она наиболее ярко проявляется, и социальные изменения в обществе, связанные с ней (части I и IV), а также структуры товара (*structures de la marchandise*) и формы валоризации³ (*formes de mise en valeur*) вещей, свойственные для экономики обогащения (части II и III).

Авторы объединяют исторический и аналитический подходы, рассматривая вселенную товаров как структурированный ансамбль, в котором отношения между вещами, их ценой и стоимостью имеют исторический характер. Товаром при этом считается «любая вещь, которой присваивается цена, когда она меняет владельца» (с. 12)⁴. Болтански и Эскер ставят целью не только описать трансформацию, произошедшую в бывших развитых индустриальных странах Европы, в частности во Франции, но и понять и описать структуры, посредством которых в экономике обогащения формируются отношения между вещью, ее ценой и стоимостью. Именно понятие стоимости позволяет рефлексировать по поводу отношения между вещью и ценой, критикуя или оправдывая его. Стоимость, таким образом, для авторов является механизмом обоснования (*justification*) или критики цен вещей.

Ниже мы более подробно рассмотрим идеи и положения книги Болтански и Эскера, которые, на наш взгляд, являются основными.

Истоки экономики обогащения

В последней четверти XX века в странах Западной Европы, ставших в XIX и XX веках «очагом мирового капитализма» (с. 21), происходит деиндустриализация: массовое производство перестает быть основным способом максимизации прибыли и накопления богатства, происходит развитие финансовой сферы и высоких технологий, а также коммодификация, или товаризация (*marchandisation*), отраслей, долгое время остававшихся на периферии капитализма (таких как культура и искусство). Географическая экспансия капитализма сопровождается индустри-

3. Французский термин *mise en valeur* можно перевести разными способами: создание стоимости, наделение ценностью и т. д. В англоязычных статьях, посвященных данной книге, используются термины *valorization* или *valuation*. Мы используем здесь термин «валоризация», т. к. именно этот вариант будет использован в переводе книги О. Е. Волчек под научной редакцией С. Л. Фокина. Термин «валоризация», принятый в современной экономике, отсылает нас к понятию *Verwertung*, введенному Карлом Марксом в «Капитале». На марксистскую теорию авторы опираются при описании «стандартной» формы валоризации.

4. Здесь и далее номера страниц, указанные в скобках, будут относиться к рассматриваемой в данной рецензии книге Болтански и Эскера.

альной делокализацией: западные компании открывают производство в странах с низким уровнем заработной платы (*pays à bas salaires*), что является ответом на кризис капитализма середины 1960-х — 1980-х гг.

Во Франции в регионах, где промышленность являлась основным источником богатств (*richesses*), происходит потеря рабочих мест, и регионы начинают использовать и трансформировать в источник богатств новые «месторождения» (*gisements*), которые ранее играли второстепенную роль, обращаясь к новым формам валоризации (*formes de mise en valeur*). В противовес индустриальному капитализму авторы предлагают понятие «интегрального» (*intégral*) капитализма, основанного на экономике обогащения, «в том смысле, что в нем соединяются разные способы создавать стоимость» (с. 26).

Примером перехода от индустриальной экономики к экономике обогащения может служить бывший завод по производству автомобилей «Фиат» в Турине, работавший с 1922 по 1982 год, здание которого было затем преобразовано в современный многофункциональный комплекс, в котором сегодня представлены произведения из коллекции живописи его бывшего управляющего. Таким образом, произошел переход от массового производства стандартных автомобилей к «молчаливому и уважительному лицезрению произведений искусства» (с. 32). Другим примером перехода от индустриальной экономики к экономике обогащения является французский город Арль, которому после закрытия в 1980-х гг. промышленных предприятий, составлявших основу экономики города, удалось справиться с безработицей и бедностью за счет развития культурной индустрии (с. 56–63).

Сферы экономики обогащения

«Обогащенные» вещи присутствуют повсеместно, поэтому сфера экономики обогащения представляется разнородным скоплением, «туманностью» (*nébuleuse*), границы которой трудно очертить и для которой сложно подсчитать экономические показатели, в том числе занятость. Экономика обогащения охватывает разные секторы, виды деятельности, статусы и профессии, которые оказываются «разбросаны» в статистической номенклатуре и для которых не существует единого механизма учета (с. 29).

Несмотря на «туманный» характер, авторы выделяют несколько основных сфер экономики обогащения, в основном на примере Франции. В центре экономики обогащения находится индустрия роскоши (с. 32–37). Ссылаясь на статистику, авторы приводят данные о том, что экспорт товаров потребления класса «люкс» вырос в два раза с 2000 по 2011 год, при этом две трети этих товаров происходят из стран Западной Европы, в основном Франции и Италии. Многие из этих товаров производятся в странах с низким уровнем заработной платы (*pays à bas salaires*), но продаются под европейскими брендами, что увеличивает их стоимость. Это как раз и является основной чертой индустрии роскоши: она основана на брендах, престиж которых в первую очередь связан со страной их происхождения, кото-

рая в экономике обогащения сама по себе является брендом (с. 36). Особое место в секторе занимают продовольственные товары класса «люкс» (*luxe alimentaire*), пришедшие на смену стандартной продовольственной продукции, чья ценность объясняется связью с местными традициями и историей.

Вторым фактором обогащения является наследие, а точнее, процессы «превращения в наследие» (*patrimonialisation*), то есть конструирования, в результате которого предмет становится частью наследия (с. 37–41). Они касаются как сохранения и использования исторических зданий, так и создания новых музеев и культурных центров, организации фестивалей и пр. Превращение в наследие опирается в первую очередь на рассказы (*récits*), благодаря которым место или вещь оказываются вписанными в прошлое. Систематическая эксплуатация прошлого осуществляется за счет реактивации связей с определенными историческими персонажами или событиями.

Еще одним фактором создания богатства (*création de richesse*) в экономике обогащения является развитие внутреннего и международного туризма, тесно связанного с развитием индустрии роскоши и наследия, с которыми ассоциируется имидж (бренд) Франции (с. 42–47). Развитие туризма благоприятно сказалось на торговле предметами роскоши, а также за последние двадцать лет стало одним из наиболее важных факторов, стимулировавших процессы превращения в наследие. «Массовому туризму» (*tourisme de masse*) противопоставляется «культурный туризм» (*tourisme culturel*), зарождению и популяризации которого способствовали такие международные организации, как ЮНЕСКО, ИКОМОС и ЮНВТО.

Культура в широком смысле является четвертой сферой развития экономики обогащения (с. 47–52). За последние несколько десятилетий во Франции наблюдался значительный рост культурного сектора, связанный с ростом внутреннего спроса и уровня образования: так, количество людей, занятых в секторе, выросло более чем на 50% с начала 1990-х гг. Сюда относятся исполнительское и изобразительное искусство, музеи, фестивали и т. д. Примером коммерциализации культуры является область современного искусства, которую Болтански и Эскер рассматривают как отдельную сферу экономики обогащения (с. 53–56).

Развитие экономики обогащения проявляется не только в росте каждого из указанных выше секторов по отдельности, но и в интенсификации связей между ними. И именно это растущее количество связей, по мнению авторов, является наиболее значимым явлением, свидетельствующим о том, что современный капитализм нацелен на систематическую эксплуатацию богатств прошлого (с. 103).

Особенности экономики обогащения

Если в индустриальной экономике товары предназначены для практического использования и их цена со временем снижается, а сами товары рано или поздно обречены стать отходами (*déchets*), то в экономике обогащения, напротив, цена товара со временем может вырасти, при этом самые ценные объекты, такие как

произведения искусства и антиквариат, а также предметы роскоши, не имеют практического применения, а хранятся как предметы коллекции. В соответствии с этой логикой с ростом количества вещей спрос на них не уменьшается, а только увеличивается, так как коллекционеры стремятся приобрести недостающие предметы для своей коллекции.

Каким же образом определяется стоимость вещей в экономике обогащения? Другими словами, как конструируются аргументы, которые позволяют обосновать (*justifier*) цену этих вещей? В этом случае речь идет не о производственных расходах, которые влияют на стоимость в индустриальной экономике, а скорее о расходах на реставрацию и сохранение объектов и, более широко, о расходах на валоризацию (*mise en valeur*) — процессы по «обогащению» вещей, в результате которых увеличивается их стоимость и растет цена. В основе этих процессов лежит нарративный механизм (*dispositif narratif*), который позволяет выбрать из безграничного множества определенные отличительные характеристики (*différences*) данной вещи и вывести их на первый план (с. 72). Таким образом, характер экономики обогащения определяется не только растущей ролью культуры и ее связи с коммерцией, но и способом создания богатства, основанном на эксплуатации «месторождений» прошлого, для которых нарративность является основным способом повышения стоимости (с. 73–74).

В центре внимания авторов оказываются особые моменты «социальной жизни» вещей, когда те меняют владельца, то есть становятся предметом обмена (*commerce*). В такие моменты происходит испытание (*épreuve*) вещи, то есть ставится вопрос о ее стоимости, которая выражается в форме цены (с. 103–104). Напомним, что в книге Болтански и Тевено «Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов» также используется понятие «испытание» для обозначения ситуаций разногласия, в которых испытываются на обоснованность суждения о справедливости⁵.

Цена, стоимость и структура

Вещи, на которых основывается экономика обогащения, циркулируют среди множества других, для которых повышение стоимости может происходить разными способами. Формы валоризации (*formes de mise en valeur*) делят и структурируют вселенную товаров, но сами товарные структуры (*structures de la marchandise*) должны иметь общий характер. Авторы выделяют три основных компонента структуры, необходимых для того, чтобы вещь могла участвовать в обмене.

Во-первых, товар должен быть определен, то есть продавец и покупатель должны быть согласны по поводу определения предмета обмена. Определить вещь — означает определить класс товаров, к которому она относится, и ее место в нем. При этом классификация вещей как товаров осуществляется по особым критери-

5. Болтански, Тевено. Указ. соч. Например, с. 204.

ям, не только с точки зрения их использования, но и с точки зрения того, каким способом определяется их цена. Так, например, пластиковый табурет и кресло Людовика XV не будут относиться к одному и тому же классу товаров, хотя оба с точки зрения практического применения выполняют одну и ту же функцию (с. 120).

Во-вторых, товару должна быть присвоена определенная цена, которая, однако, не является его неотъемлемой характеристикой (в отличие от, например, размера или веса), а скорее знаком, и имеет собственную систему измерения, выраженную в денежной форме. Цена каждой вещи устанавливается только по отношению к цене других вещей (с. 121) и не имеет смысла в изоляции. Она зависит от обстоятельств и может увеличиваться или уменьшаться со временем (с. 124–133).

В-третьих, отношение между ценой и стоимостью (которая не имеет собственной системы измерения) позволяет критиковать или оправдывать цены вещей (с. 109). Поскольку цена, по которой предлагается вещь, может быть оспорена, то необходимо иметь аргументы и конкретные механизмы, чтобы ее обосновать. Авторы определяют стоимость (*valeur*) как механизм обоснования цены (*dispositif de justification du prix*) (с. 138). Обоснование (*justification*) цены может либо быть ответом на попытку оспорить цену, то есть критику, либо оно может быть представлено заранее, чтобы убедить потенциального покупателя в необходимости покупки (эту функцию выполняет реклама). Стоимость является неотъемлемым атрибутом вещи, а следовательно, более стабильным, чем цена. Но описать и измерить стоимость позволяет только цена, так как у стоимости нет собственной системы измерения. Отсылка к стоимости — это единственный аргумент, которым мы располагаем для критики цены (с. 149).

Формы валоризации

Авторы предлагают структуру для анализа форм валоризации (*formes de mise en valeur*), которая учитывает две оси, по которым распределяются и оцениваются вещи. Вертикальная ось определяет характер представления отличительных особенностей вещи (*présentation différentielle*). По вертикальной оси форма может быть аналитической (анализ) или нарративной (повествование, рассказ) (с. 155). Аналитическое представление предполагает описание и разбор свойств и характеристик вещи, вне зависимости от контекста и времени, позволяющее сравнение с другими вещами на базе одной характеристики. Нарративное представление дает целостное описание вещи и связанных с ней ситуаций, событий и людей. Оно включает в себя хронологический аспект и позволяет активировать память о прошлом, в отличие от аналитического представления, имеющего вневременной характер (с. 168–169).

Горизонтальная ось показывает рыночную силу (*puissance marchande*) вещи, которая может увеличиваться или уменьшаться со временем и выражается в росте или падении цены (с. 158).

Выделив два способа представления вещи — анализ и рассказ — и два направления ее товарной силы — понижение или повышение стоимости со временем, — авторы предлагают четыре формы валоризации вещей⁶ (с. 159):

	Аналитическое представление (présentation analytique)	Нарративное представление (présentation narrative)
Отрицательная рыночная сила (puissance marchande négative)	Стандартная форма (forme standard)	Трендовая форма (forme tendance)
Положительная рыночная сила (puissance marchande positive)	Активная форма (forme actif)	Коллекционная форма (forme collection)

Эти формы позволяют обосновать или подвергнуть критике цену вещи, но в каждой из них способ валоризации и аргументы будут различны. При этом перемещение вещей от одной формы к другой не только возможно, но и является необходимым условием их существования (с. 163).

«Четыре формы, которые мы выделили, безусловно, не исчерпывают все способы, которые потенциально могли бы быть использованы для валоризации вещей. Но при современном положении структур товара представляется сложным создать стоимость какой-либо вещи, не обращаясь к одной из этих форм» (с. 239), — утверждают авторы. Тем не менее, по мнению авторов, в будущем возможно расширение сферы товаризации, связанное, в частности, со стиранием границ между материальными и нематериальными объектами, что сделает более сложным возможность валоризации в соответствии с одной из этих форм. Формы валоризации являются историческими образованиями и, следовательно, могут меняться. При этом для исследования нематериальных объектов, связанных с развитием интернета и цифровой экономики, необходимо заново ставить вопрос о формах валоризации и проводить новое исследование (с. 241).

Стандартная форма ассоциируется с индустриальным обществом, так как именно благодаря ей стало возможно массовое производство. Она предполагает наличие прототипа и потенциально неограниченного количества сделанных на его основе копий. Свойства прототипа фиксируются аналитически (с. 201). Вещи, валоризация которых обусловлена стандартной формой, всегда предназначены для практического использования и рано или поздно обречены стать отходами.

В *активной форме* вещи покупают для того, чтобы затем продать (с. 355). Она опирается на аналитическое представление, так же как и стандартная форма, но, в отличие от последней, здесь вещи не обесцениваются со временем, а, наоборот, способны повыситься в цене (с. 327).

6. Названия форм валоризации буквально могут быть переведены на русский язык как форма «стандарт» (forme standard), форма «тенденция» (forme tendance), форма «актив» (forme actif) и форма «коллекция» (forme collection). В данной рецензии мы используем вариант, который будет использован в переводе книги на русский язык О. Е. Волчек под научной редакцией С. Л. Фокина.

В этой форме стоимость вещи определяется отношением между ценой и так называемой метациеной (*métaprix*), то есть возможной ценой в будущем. При этом, в отличие от финансовых активов, вещь как актив не приносит дохода и может стать прибыльной только в момент продажи (в зависимости от того, сопровождалась ли сделка приростом капитала или нет) (с. 357).

Обоснование стоимости вещей в активной форме опирается на их ликвидность (*liquidité*), то есть то, насколько легко их можно перевести в деньги (с. 362), и капитализацию (*capitalisation*), их способность принести прибыль в будущем (с. 366).

Трендовая форма, в отличие от стандартной и активной, использует нарративное представление вещей, но эти вещи очень быстро обесцениваются. В трендовой форме вещи быстрее становятся отходами, чем в стандартной, т. к. они выходят из моды быстрее, чем теряют способность выполнять свои практические функции. Трендовая форма, таким образом, может являться синонимом расточительства (*gaspillage*), в котором обвиняют общество потребления (с. 346).

Фундаментальной временной модальностью в этой форме является настоящее время: предмет соотносится с трендом, существующим в данный момент (с. 334). Нарративное представление (рассказ) сосредоточено не на прошлом, а на настоящем, и соответствует рекламному стилю, который не информирует потребителей о качествах товара, а смещает акцент с самой вещи на людей и атмосферу (с. 337). Для вещей в трендовой форме характерны высокие расходы на рекламу и маркетинг по сравнению с расходами на производство (с. 343).

Характерная черта трендовой формы состоит в том, что она опирается одновременно на миметизм (стремление быть похожим на других) и различие (стремление выделяться из массы) — противоречие, разрешить которое призвано понятие стиля (с. 337).

В трендовой форме вещи ценятся как знаки (*signes*), маркеры положения, занимаемого в социальной иерархии (с. 329). При этом высокая цена сама по себе относится к отличительным характеристикам вещи, из-за которых она ценится. Таким образом, нивелируется различие между ценой и стоимостью (с. 343).

Коллекционная форма. Коллекция стала матрицей создания новой формы валоризации вещей, которая играет центральную роль в экономике обогащения. Когда производство стандартных вещей переместилось в страны с низким уровнем заработной платы и капитализм переориентировался на эксплуатацию прошлого, эта форма способствовала изменению способов создания богатства (с. 251). Коллекция предполагает накопление материальных вещей, объединенных по какому-либо общему принципу (*principe directeur*), но отличных друг от друга. При этом степень отличия (*différences*) должна быть такой, чтобы вещи можно было различать, но чтобы они не перестали быть похожими (с. 260–261).

Коллекционная форма предполагает использование аргументации иного рода, чем стандартная или другие формы. Объектами коллекции могут становиться в том числе вещи, вышедшие из производства и употребления, то есть «отходы», которые в стандартной форме обладают нулевой ценностью (с. 256). Эти вещи ро-

дом из прошлого, изъяты из области практического применения, хранят память о людях и событиях, с которыми ранее были связаны, то есть обладают «силой памяти» (*force mémorielle*), подобно сувенирам (с. 258).

Именно силой памяти, связанной с нарративным представлением вещи, а также ее редкостью и уникальностью (в противовес стандартным вещам), обосновывается цена в коллекционной форме. Ценностью обладают только оригинальные (аутентичные) вещи (с. 269), происхождение которых можно проследить и описать в рассказе (с. 283). Нарративное представление вещей сравнивается с техникой сторителлинга (*storytelling*) в маркетинге, которая нацелена на то, чтобы представить товары, модели и марки как уникальные, ассоциируя их с определенными историческими персонажами и знаменитостями (с. 302).

В качестве примера, иллюстрирующего переориентацию капитализма и переход от преобладания стандартной формы к коллекционной, авторы приводят французскую компанию Kering, которая, начав с торговли древесиной в 1960-х гг., постепенно сменила сферу деятельности на торговлю предметами роскоши и сегодня владеет такими крупнейшими мировыми брендами, как Gucci, Yves Saint-Laurent и другие (с. 304–314).

Прибыльность прошлого

Именно достижение массовым производством порога прибыльности (по крайней мере в странах Западной Европы) стимулировало развитие экономики обогащения и переход капитализма к коммерциализации новых областей, которые ранее были на периферии.

Связывая макро- и микропроцессы, авторы рассматривают, как генерируется прибыль в экономике в зависимости от формы валоризации, на которую она опирается. Так, если в стандартной форме акцент в получении прибыли делается на серийное производство (с. 376), то в трех других формах, на которые опирается экономика обогащения, авторы выделяют следующие общие особенности: производство играет меньшую роль в формировании прибыли, чем другие аспекты превращения вещи в товар; приоритет отдается извлечению максимальной прибыли от продажи каждой вещи (в противовес массовой продаже); растет ориентация на богатых (с. 378–379).

На протяжении своей жизни вещь может менять форму, с помощью которой создается ее стоимость. С точки зрения прибыли в этом случае смена формы может позволить дорого продать вещь, которую в другой форме было бы сложно продать. Так, возможность «мигрировать» в коллекционную или активную форму позволяет надеяться на получение прибыли вещам, обреченным стать отходами в стандартной форме (с. 394).

Экономика обогащения на практике (ножи «Лайоль»)

Опираясь на полевое исследование, проведенное в районе плато Обрак, в деревне Лайоль (департамент Аверон), авторы приводят пример того, как развитие экономики обогащения происходит на локальном уровне, путем использования локальных ресурсов и создания рассказов в соответствии с коллекционной формой (и в меньшей степени в соответствии с трендовой формой) (с. 403–404). С начала 1980-х гг. прежние формы экономической активности, такие как скотоводство, начинают играть меньшую роль в деревне, в то время как экономика обогащения набирает оборот и проявляется в следующих чертах: развитие туризма, процессы превращения в наследие, создание рассказов о прошлом, а также учреждение локального ремесленного производства старинных ножей «Лайоль», как стандартных, так и коллекционных, сравнимых с произведениями искусства (с. 416).

Анализируя процессы превращения в наследие в деревне Лайоль, авторы обращают внимание на тот факт, что ремесленное производство ножей «Лайоль» прекратилось в 1920-х гг. и было возобновлено лишь в 1980-х гг. (с. 413). И хотя современное производство позиционируется как старинное, ножи «Лайоль» сегодня имеют мало общего со своими предками (авторы при этом ссылаются на шеститомник Камиля Паже конца XIX века, посвященный ножевому производству) (с. 420–422). Таким образом, передача навыков старинного производства ножей «Лайоль» оказывается основанной на вымысле (с. 423), что не мешает развитию производства и успешной конкуренции с одноименными ножами, которые производятся промышленным образом в странах с низким уровнем заработной платы (Китай и Пакистан).

Изменение социального состава общества

Отдельно в книге рассматривается и вопрос об изменении состава общества в связи с развитием экономики обогащения. Авторы выделяют четыре типа центральных персонажей, которые играют все большую роль в экономике обогащения и в разной степени извлекают прибыль из прошлого (с. 479): 1) «рантье» (*rentiers*), распоряжающиеся капиталом; 2) «прислуга» (*serviteurs*), обеспечивающая содержание объектов; 3) «аутсайдеры» (*laissés-pour-compte*), например бывшие рабочие, выполняющие низкоквалифицированный труд; и 4) «творцы» (*créateurs*) — работники культуры, обладающие высоким культурным капиталом, которым отводится особое место в экономике обогащения. Правда, «творцы» не создают нового, а опираются на существующую культуру и традиции, выявляя, интерпретируя и реактивируя формы прошлого (с. 470–471). Рост их числа в 1960-х — 1970-х гг. и в особенности в 1980-х — 2000-х способствовал развитию экономики обогащения во Франции (с. 459).

«Творцы», как правило, не имеют постоянной работы с фиксированным графиком (что способствует смещению рабочего времени с личным) и зависят от раз-

ных работодателей. В условиях высокой конкуренции они вынуждены создавать собственную стоимость, так же как они создают стоимость вещей (с. 471), одновременно являясь продавцом своего труда и товаром (с. 489). «Творец» должен, чтобы преуспеть, сделать себе имя, то есть обосновать свои требования получения дохода, повысив стоимость собственного имени, которое выступает как бренд (с. 472).

Критика капитализма

В книге Люка Болтански и Эв Кьяпелло «Новый дух капитализма» («Le nouvel esprit du capitalisme»), опубликованной на русском языке в 2011 году, авторы как раз анализируют сферу труда и наемных работников и рассматривают вопрос критики капитализма с этих позиций. В книге Болтански и Эскера объектом критики становятся сами процессы обогащения.

Сегодня критика капитализма нацелена в основном на частный сектор — богатых людей, международные компании и глобальные рынки, в то время как роль государства в развитии капитализма сглаживается. В то же время нарисованная авторами картина развития экономики обогащения в Европе и в особенности во Франции, по их мнению, высвечивает роль государства в формировании и накоплении богатств. Эксплуатация ресурсов прошлого не может осуществляться без государственной поддержки, а следовательно, экономика обогащения объединяет интересы владельцев капитала и государства (с. 487–488).

Тем не менее экономика обогащения сегодня не признается отдельной экономической сферой, функционирующей по законам, отличным от законов индустриальной экономики. Несмотря на очевидный упадок индустриального капитализма, государство не признает экономические и социальные последствия развития экономики обогащения (с. 483). А значит, не существует и системы учета и контроля за тем, как в экономике обогащения распределяется богатство между теми, кто участвовал в его производстве (с. 490), то есть не все участники процесса «обогащения» вещей получают прибыль от их коммерциализации, хотя основу экономики обогащения составляет прошлое, которое, как и культура, является общим благом (с. 485).

Таким образом, экономика обогащения еще больше обогащает самых богатых и изолирует их от остальных (с. 484), не давая последним рычагов для привлечения внимания к своему положению и критики (с. 489). Развитие экономики обогащения, таким образом, способствует увеличению неравенства в мире (с. 363).

Заключение

Итак, рассмотрев основные положения книги «Обогащение», постараемся ответить на вопрос о том, в чем основная заслуга авторов и как их подход может применяться в дальнейшем.

В «Обогащении» авторы использовали подходы социологии, антропологии, истории, политической философии и экономики. Главная задача, по словам авторов, состояла в том, чтобы преодолеть разногласия, часто разделяющие социологию и антропологию с экономикой и приводящие к тому, что социологи и антропологи либо игнорируют экономику, либо поспешно хватаются за экономические модели, пытаясь применить их к своему предмету, либо критически относятся к экономике в целом. Авторы выступают за унифицированное видение социальных наук и стремятся преодолеть разногласия между подходами, унаследованными от позитивизма (более свойственными экономистам), и конструктивистскими подходами (более характерными для социологов) (с. 14–16).

Стоит отметить, что подобную задачу ставили Болтански и Тевено в «Критике и обосновании справедливости», стремясь преодолеть традиционное противоречие между социологами и экономистами, состоящее в противопоставлении коллективного индивидуальному, и выявить элементы сходства между этими методологическими установками, доказывая, что противоречие между общим и частным «лежит в основе каждой системы»⁷, а не является результатом конфликта между теориями.

В «Обогащении» авторы предлагают понятие прагматического структурализма (*structuralisme pragmatique*), для того чтобы связать социальную историю и анализ когнитивных компетенций, используемых при осуществлении действий. Таким образом, авторы стремятся объединить и примирить два подхода, часто считающихся противоположными: системный (*systemique*), исследующий макропроцессы, и прагматический (*pragmatique*), анализирующий микроструктуры интерпретации действий (с. 496). По мнению авторов, оба подхода изучают связанные между собой явления, что и показывает анализ товарных структур. Тогда как географические и исторические перемещения капитала способствуют коммерциализации новых областей и расширению вселенной товаров, именно от когнитивных структур зависит возможность оценки вещей и координации между участниками обмена, которые должны достичь согласия по поводу цены, делающей его возможным (с. 496–497). Структуры в данном случае являются когнитивными операторами, без которых люди были бы лишены критических способностей (с. 500).

Интерес книги состоит не только в междисциплинарном подходе, но и в разнообразии методов и областей исследования, а значит, потенциальных областей применения данного подхода. Свой методологический аппарат авторы называют «эkleктичным» (с. 16), перечисляя такие методы, как сбор статистических данных, формальные и неформальные интервью, анализ коммерческой и рекламной документации, а также учебников по маркетингу роскоши, туризму, искусству и культуре и этнографическое исследование на местах.

Области исследования также варьируются и включают современное искусство, индустрию роскоши, культурное наследие, туризм и другие. Каждая из этих об-

7. Болтански, Тевено. Указ. соч. С. 62.

ластей может быть подвергнута более глубокому исследованию, и именно к этому призывают авторы, приглашая дополнить результаты и развить гипотезы, представленные в «Обогащении», на примере этих или других областей исследования (с. 17).

Кроме того, нельзя не отметить тот факт, что авторы возвращают в область современного теоретического анализа категории классической политической экономики, такие как «богатство», «распределение», «валоризация» и «стоимость», рисуя перед читателем новую модель экономики и, по сути, предлагая новую теорию стоимости.

В рецензии 2014 года на книгу Болтански и Тевено, Г. Б. Юдин утверждал, что «прагматическая социология Люка Болтански и Лорана Тевено давно заняла свое место в арсенале российских исследователей»⁸. Учитывая, что развитие экономики обогащения касается прежде всего стран Западной Европы, интересно будет посмотреть, как идеи Болтански и Эскера будут восприняты российскими исследователями и как их подход может быть применен для анализа российской действительности.

Economy of Enrichment and the Structure of Commodities

Olga Dobryanskaya

Master's Student, Department of Sociology and Philosophy, European University at St Petersburg

Address: Gagarinskaya str, 6/1A, Saint Petersburg, Russian Federation 191187

E-mail: odobryanskaya@eu.spb.ru

Book Review: Luc Boltanski, Arnaud Esquerre, *Enrichissement: une critique de la marchandise* (Paris: Gallimard, 2017).

8. Юдин Г. Б. (2014). Рецензия на книгу: Люк Болтански, Лоран Тевено. Критика и обоснование справедливости: очерки социологии градов // *Laboratorium*. № 3. С. 126.