

МАУРИЦИО ЛАЦЦАРАТО

## Предприятие и неомонадология<sup>1</sup>

Каждый человек обладает творческим потенциалом. Это не означает, что каждый является художником или скульптором, но что в каждой области человеческой деятельности присутствует скрытая креативность... Всякое занятие имеет некоторое отношение к искусству, и искусство уже не является какой-то отдельной деятельностью, которой способны заниматься лишь некоторые, пока другие вынуждены выполнять другую работу (...). Я говорю о креативности во всякой деятельности и во всех формах труда, а не только в искусстве, о креативности, которая высвобождает труд и поднимает его до уровня свободного, революционного акта.

*Джозеф Бойс*

Когда мы доходим до человеческого рода, создается впечатление, что природа преодолела здесь какой-то очередной рубеж. Центральная активность восприятия и выражения изменила иерархию различных ее функций. Концептуальное восприятие нереализованных возможностей становится главным фактом человеческого мышления. До такой степени, что чрезвычайное новшество вводится, иногда почитается как святыня, иногда проклинается, порой буквально патентуется и защищается авторским правом. Отличительной чертой человечества является то, что у животных, принадлежащих этому виду, основная деятельность развилась в сфере отношения к новому...

*Альфред Норт Уайтхед*

Чтобы воспринять рекламное сообщение, мозг телезрителя должен быть свободным. Наши передачи и призваны сделать его таковым: т. е. отвлечь, развлечь его между сообщениями. Мы продаем Кока-Коле свободное время человеческого мозга.

*Патрик Ле Лей, генеральный директор TFI*

<sup>1</sup> Глава 3 из книги *Революции капитализма* (Maurizio Lazzarato, *Les révolutions du capitalisme*, Les Empêcheurs de penser en rond, Rubbettiro Editore 2004).

Неомонадологический подход<sup>2</sup>, который мы здесь применим к анализу фирмы (предприятия), внесет свои поправки в некоторые фундаментальные положения. Фирма создает не объект (товар), но *мир*, в котором этот объект существует. Более того, она не создает субъект (работника или потребителя), но *мир*, в котором этот субъект существует. Для начала нужно уяснить отличие между фирмой и заводом в современном капитализме. Крайний случай французской компании Alcatel, объявившей в 2001 г. о закрытии одиннадцати своих заводов-изготовителей, дает ясное представление о том, что собой представляет современный капитализм. Раньше функция *фирма* и функция *завод* обычно совпадали. Их нынешнее разделение можно считать символом глубокой трансформации капиталистического производства.

Что остается в компании от 'фирмы', когда она избавляется от производственного процесса? Все функции, все услуги и все работники — все, что позволяет ей *создавать особый мир*: отделы исследования и внедрения, маркетинга, проектные бюро, коммуникации, т. е. все коммуникативные силы и механизмы. Если фирма, производящая услугу или товар, создает некоторый мир, то услуга или продукт — так же, как потребитель и производитель — должны соответствовать этому миру, который становится душой и телом работников и потребителей. Такое слияние не обязательно осуществляется дисциплинарными методами. В современном капитализме фирма не существует вне производителя и потребителя, которые являются его выразителями. Мир фирмы, его объективность, его реальность совмещаются с отношениями, которые поддерживают между собой работники и потребители. Фирма, таким образом, стремится установить соответствие, отношения взаимосвязи и согласованности между монадами (потребителем и работником) и миром (фирмой). В философии Лейбница именно это место отводилось... Богу!

В обществах контроля конечная цель состоит уже не в том, чтобы *изымать* (как в обществах суверенитета) или *комбинировать и повышать мощь* (как в обществах дисциплинарных), а в *создании миров*. Обращение капитала отныне подчиняется этому условию. Переворачивая марксово определение, можно сказать: капитализм является не

<sup>2</sup> В своем анализе капитализма М. Лацарато отталкивается от оригинальной социологии французского криминолога, социолога и философа Габриэля Тарда (1843–1904). Вся философия общества Тарда построена в продолжение и развитие лейбницианства с его учением о монадах и «бесконечно малых» (см. статью, а затем книгу Тарда «Монадология и социология» 1893 г.). В философии самым важным учеником Тарда был Бергсон. Затем его влияние было более ощутимо в США и Германии, чем на родине, где школа Дюркгейма подвергла его остракизму за «психологизацию социологии». Весьма активно переводился в России в начале XX века, частично еще прижизненно. Длинная сноска Ж. Делеза (*Différence et répétition*, PUF 1968, p. 104–5) вывела его из полувекowego забвения во Франции. В последние годы его труды активно переиздаются (например, 5-томник под ред. Эрика Алье (E. Alliez) в издательстве Les Empêcheurs de penser en rond) и изучаются. — *Прим. ред.*

способом производства, но производством способов. Капитализм становится маньеризмом. Выражение и создание миров и включенных в них субъективностей, созидание и реализация чувственного (желаний, убеждений, интеллектуальных способностей) *предшествуют* экономическому производству. Экономическая война, разыгрываемая на планетарном уровне, представляет собой во многих отношениях войну *эстетическую*.

### **Коммуникация/потребление**

Необходимо исходить из потребления, ибо соотношение спроса и предложения отныне нарушено: стратегической опорой фирмы теперь является клиент. Рассмотрим ключевую роль, которую играют в современном капитализме коммуникативные машины (мнение, коммуникация, маркетинг). Потребление не сводится к акту приобретения и «разрушения» услуги или продукта, как нас учат политэкономия и ее критика, но служит прежде всего знаком принадлежности к некоторому миру, клятвой верности некоторому универсуму. Что это за мир? Достаточно включить телевизор или радио, пройтись по улице, купить газету или журнал, чтобы стало ясно, что этот мир состоит из сцеплений предложений, режимов знаков, означаемое которых называется рекламой, а означаемое составляет просьбу, приказ, которые сами являются оценкой, суждением, убеждением по отношению к миру, к себе и другим. Означаемое не является идеологической оценкой, но просьбой, побуждением к принятию определенной формы жизни, т. е. к усвоению определенной манеры одеваться, иметь тело и пол, есть, общаться, жить, перемещаться, говорить и т. д. Телевидение превратилось в поток рекламы, прерываемый фильмами, концертами и выпусками новостей. Радио — это такой же нескончаемый поток передач и рекламы: все труднее понять, где начинается одно и заканчивается другое. Как говорил Жан-Люк Годар, если вырвать из журнала все страницы, содержащие рекламу, останется одна передовица.

К несчастью, следует признать, что Делез был прав, утверждая, что фирма обладает *душой*<sup>3</sup>, что маркетинг стал его стратегическим центром, и что создатели рекламы являются *творческими личностями*. Фирма эксплуатирует в своих интересах динамику события, искажая ее и ставя в зависимость от капиталистической логики повышения прибыли. Эксплуатирует она и процесс формирования различия и повторения. В действительности фирма нейтрализует событие, сводит создание и осуществление возможностей, определенных в форме бинарных оппозиций, к простой их реализации. Общества контроля характеризуются увеличением предложения «миров» (потребления, ин-

<sup>3</sup> «Нам говорят, что у фирм есть душа, и это самая ужасающая новость в мире», G. Deleuze, "Post-scriptum sur les sociétés de contrôle", in *Pourparlers*, 1990.

формации, работы, досуга и т. д.). Но это миры гладкие, банальные, отформатированные, потому что это миры большинства, лишенные всякой сингулярности. Это миры ни для кого.

По отношению к этим стандартным мирам наша «свобода» реализуется исключительно как выбор между возможностями, которые были задуманы и выработаны другими. Мы не имеем права участвовать в построении миров, в разработке проблем и изобретении решений, разве что лишь внутри уже установленных альтернатив. Определение этих альтернатив — дело специалистов (политиков, экономистов, ученых, городских властей и т. д.) или «авторов» (деятелей искусства, литераторов и т. д.). Именно поэтому создается неприятное впечатление, что когда возможно все (внутри предустановленных альтернатив), невозможно больше ничего (в смысле создания чего-то нового). Бессилие и скука, ощущаемые в современном капитализме всеми, являются результатом искажения самой динамики событийности. Место события на предприятии занимает реклама (или PR или маркетинг). Даже такая традиционная сфера промышленности, как машиностроение, производит автомобили, которые уже проданы. Продать их означает сначала создать потребителя, клиента, покупателя. Фирмы вкладывают до 40% своего оборота в маркетинг, рекламу, *стайлинг*, дизайн и т. д. В аудиовизуальной индустрии США до 50% бюджета фильма вкладывается в его рекламу и вообще раскрутку. Сегодня инвестиции в коммуникативные машины могут намного превышать вложения в «труд» или в «средства производства».

Реклама, подобно событию, распределяет сначала ощущения, переходя затем к образу жизни; она выражает способы воздействия и способы восприятия в душах, чтобы воплотить их в телах. Лейбницевское различие между «актуализацией» в душах и «воплощением» в телах очень важно, ибо два этих процесса не совпадают и могут иметь совершенно непредвиденные для субъективности монад последствия. Фирма управляет нетелесными трансформациями (рекламные слоганы), которые, в конечном счете, обращены исключительно к телу. Для начала нетелесные трансформации приводят или стремятся привести к изменению восприятия, способов оценки. Нетелесные трансформации не имеют референта, поскольку автореферентны. Не существует опережающих потребностей, естественных нужд, которые удовлетворяло бы производство. Нетелесные трансформации определяют критерии оценки и ее объект.

Реклама составляет духовную сторону того симулякра события, который создают фирмы и их рекламные агентства, и который должен воплотиться в телах. Материальная сторона этого псевдособытия реализуется, когда способы существовать, есть, иметь тело, одеваться, жить и т. д. воплощаются в телах: мы материально существуем среди товаров и услуг, которые приобретаем; мы окружены мебелью, предметами, которые мы определили как наши «возможности», мы погру-

жены в потоки информации и коммуникации. Мы спим, суедемся, делаем то одно, то другое, пока эти означаемые циркулируют в герцевых потоках, компьютерной сети, медиа... Они удваивают мир и наше существование как «возможность», которая на самом деле есть приказ, слово власти, высказывающееся через соблазн<sup>4</sup>.

Телевизионным сетям отныне неведомы национальные, классовые, статусные, денежные и прочие границы. Их программы принимаются теперь и за пределами западных странах или беднейшими слоями Запада, т. е. населением с низкой (а то и отсутствующей) покупательной способностью. Нетелесные трансформации действуют на душу телезрителей, создавая новую чувствительность: возможность существует, даже если она не существует вне своего выражения (т. е. изображения в телевизоре). Чтобы эта возможность обладала определенной степенью реальности, достаточно, чтобы она была выражена знаком.

Но воплощение в телах, возможность покупать, жить со своим телом среди товаров и услуг, знаки которых определяют их как возможные миры, не всегда успевают за изменениями желаний (а для большинства мирового населения никогда за ними не успевают!), порождая обманутые ожидания и фрустрации. Наблюдая за такими феноменами в Бразилии, Суэли Рольник говорит о двух противоположных субъективных фигурах, между которыми сочленяются модуляции души и тела, созданные описанной логикой: гламур «роскошной субъективности» и нищета «субъективности отбросов»<sup>5</sup>.

Запад сейчас напуган новыми исламистскими субъективностями. Но он сам помог появлению этого монстра, используя самые мирные и привлекательные методы. Мы сталкиваемся не с остатками традиционных обществ, которые необходимо продолжать модернизировать, но с настоящими *киборгами*, которые соединяют все самое древнее с самым современным.

Рекламные миры — это закрытые и тоталитарные миры, потому что они уничтожают или исключают другие возможные миры, которые либо уже имеются (не-западный образ жизни), либо могли бы существовать. Фирмы действуют сначала посредством нетелесных трансформаций, происходящих раньше и стремительнее, чем трансформации телесные. Три четверти человечества не доходят до этих последних, тогда как могут легко получить доступ к первым. Современный капитализм приходит уже не с фабриками. Фабрики появляются потом (если появляются...). Капитализм приносит с собой сначала слова, знаки, образы. Сегодня эти машины коммуникации предшествуют не только фабрикам, но и войнам.

<sup>4</sup> Мы еще обратимся к терминологии Габриэля Тарда для объяснения этого процесса. В какой форме маркетинг содействует изменению восприимчивости души? Какой тип субъективности используется в рекламе?

<sup>5</sup> S. Rolnik, “L’effet Lula, politiques de la résistance”, 2003.

Рекламный симулякр события — это встреча и даже встреча двойная: порой он встречает душу, порой — тело. Эта двойная встреча может привести к двойному смещению, ибо возможности, представленные в рекламе, всегда могут исчезнуть и снова возникнуть в качестве *проблемы*. Реклама — лишь возможный мир (даже если он нормализован, отформатирован), обертка, в которую завернуты виртуальности. Разворачивание находящегося внутри, снятие обертки может иметь разные последствия, потому что все монады являются автономными, независимыми и виртуальными. Потенциально другой возможный мир присутствует всегда: современный капитализм одержим ветвлением расходящихся рядов. Несовместимые миры разворачиваются в одном и том же мире. Именно по этой причине процесс капиталистического присвоения никогда не замыкается в себе, но всегда пребывает в неопределенном, непредсказуемом, открытом состоянии. «Существовать — значит отличаться»: но различие каждый раз неопределенно, непредсказуемо, рискованно. Капитализм старается контролировать эти потенциально возможные миры путем постоянного изменения. Он не производит, собственно, ни субъект, ни объект, но постоянно варьирующиеся субъекты и объекты, управляемые технологиями модуляции, которые, в свою очередь, постоянно варьируются.

В западных странах контроль осуществляется не только через воздействие на умы, но и формовкой физического тела (тюрьмы, школа, больница) и управлением жизнью (государство всеобщего благоденствия). Общество контроля использует, приспособливает старые дисциплинарные механизмы. В не-западных обществах, где и дисциплинарные институты, и государство всеобщего благоденствия слабы и неразвиты, этот контроль непосредственно предполагает военную логику, даже в мирное время. Парадигматические тела обществ контроля — это уже не удерживаемые заперти тела рабочего, сумасшедшего, больного, но тела тучные (полные миров фирм) или, напротив, анорексичные (отказывающиеся от этого мира), взирающие по телевизору на истерзанные насилием и голодом тела большинства населения земного шара. Парадигматическое тело — это больше не немое тело, выкованное дисциплиной, но тело и душа, обозначенные и выраженные знаками, словами, образами (торговые знаки фирм), которые записываются в нас тем же способом, каким в *Исправительной колонии* Кафки наносилась на кожу осужденных нарушенная ими заповедь.

В 70-е годы Пазолини очень точно описал, как телевидение изменило душу и тело итальянцев, как оно стало главным инструментом антропологической трансформации, затронувшей особенно молодежь. Он использует практически те же понятия, что и Габриэль Тард, для объяснения воздействия телевидения на расстоянии: оно воздействует скорее примером, чем дисциплиной, более имитацией, чем принуждением. Поведение подражает телевидению, которое задает все возможности действия. Ре-

кламный концепт, связь и ритм изображений, звуковая дорожка — все это построено по типу «ритурнеля», или «круговорота». Нетелесные трансформации, подобные навязчивому мотиву в голове, циркулирующие непосредственно на планетарном уровне, входящие в каждый дом и составляющие настоящее оружие массового поражения, завоевания, захвата умов и тел, — просто-напросто неуловимы, непостижимы для марксистской теории и других экономических теорий. Здесь произошло такое изменение парадигмы, которое невозможно понять с точки зрения труда, практики. Хуже того, труд может даже дать ложную картину того, что сегодня является производством, потому что процесс, который мы только что описали предваряет всякую организацию труда (как и не-труда).

### **Труд и производство возможностей**

«Возможность» (продукт или услуга), которая должна выразить нормализованный «мир» фирмы, не существует заранее, ее еще нужно создать. Мир, работники, потребители не предшествуют событию, они порождаются событием. Именно такая неомонадологическая перспектива позволит нам полностью переформулировать теорию труда. Отныне понимание производства и труда больше не опирается на модель булавочной фабрики Смита или марксовых манчестерских заводов. Современная капиталистическая экономика следует циклу обращения капитала, описанному Габриэлем Тардом: изобретение, рассматриваемое как создание возможностей, и их актуализация в душах (как работников, так и потребителей) и *есть настоящее производство*, в то время как то, что Маркс и экономисты называют производством, является *воспроизводством*.

В понимании того, как неомонадологическая кооперация, деятельность по созданию и осуществлению субъективности присваивается и управляется современной фирмой, мы опираемся на исследования социолога Филиппа Зарифьяна. Понять созидательную деятельность — значит понять событие. При этом даже на фабриках, этой колыбели дисциплинарных техник, организация труда отныне опирается на логику события, сцепление различий и повторений. И это — радикальное изменение.

Дисциплинарные режимы воплощаются в мыслительной традиции и практиках, в которых «события воспринимаются как нечто негативное: им не следовало бы происходить вовсе, все должно было бы протекать в соответствии с тем, что было предусмотрено и запланировано, соответствовать нормализованному труду»<sup>6</sup>. Дисциплинарный взгляд на организацию труда является анти-событийным, анти-изобретательским, потому что он должен подчинить событие и изобретение воспроизводству. Но деятельность фирмы, непосредственно завязанная на клиентах, уже не основывается лишь на предвидении и планировании. Нестабильность, неопределенность, необходимость сталкиваться с постоянными измене-

<sup>6</sup> Ph. Zarifian, *À quoi sert le travail?* 2003, p. 95.

ниями, — все это глубоко проникает в самую организацию труда. Труд становится совокупностью событий, «того, что возникает непредвиденно, избыточно по отношению к ситуации, расценивающейся как нормальная»<sup>7</sup>.

В ответ на рост непредсказуемости, неопределенности, событийности индивидуальное и коллективное внимание мобилизуется, чтобы пробудить изобретательность, способность реагировать, подключаться, подстраиваться, реализовывать, делать возможным. События и изобретения распределяются по всему циклу производства (от идеи продукта до его изготовления) и соединяются с навыками, привычками, кодифицированными операциями. Таким образом, даже организация труда опирается на понятия «различия и повторения» (ключевые как для Тарда, так и для Делеза).

В своих самых смелых работах Маркс пишет о труде не как о деятельности по преобразованию материи, а как о контроле за производством. Это как раз то, что происходит сегодня, но в современном капитализме контроль означает внимание к событиям. Работать — значит быть внимательным к событиям, происходят они на рынке, среди покупателей или в цехе: это и значит применять способности к действию, предвосхищать, быть в курсе и на уровне, что предполагает умение извлекать уроки из неопределенности и перемен, быть активным перед лицом нестабильности и вступать во взаимодействие там, где требуется «коммуникация». Одним словом, в организации труда в фирмах произошел переход от операции к действию, от работы в коллективе — к деятельности в сети.

### Капитал-клиентура

Согласно Ф. Зарифьяну, конкурентная борьба между предприятиями преследует цель привлечь покупателей, другими словами, создать капитал-клиентуру, управляемый монопольно. Рынка, каким он понимается в политэкономии, не существует: то, что именуется рынком, на деле есть формирование и/или привлечение клиентуры. В этой стратегии выделяются два основных элемента: закрепление покупателей и способность к инновации предложения. Привлечение и закрепление клиентов означает сначала завоевание внимания и памяти, захват умов, желаний и убеждений, построение и захват сетей: «рынок исчезает, утверждается клиентура»<sup>8</sup>. Всякое производство становится производством услуг, т. е. трансформацией «условий деятельности и будущих способностей покупателей, потребителей»<sup>9</sup>, и оно направлено на «образы жизни». Услуга не удовлетворяет предварительно имеющийся спрос, а его предвосхищает, создает, и происходит это предвосхищение полностью в пространстве виртуального, через мобилизацию ресурсов языка, коммуникации, высказы-

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Ph. Zarifian, “Contrôle des engagements et productivité sociale”, 2004.

<sup>9</sup> Ph. Zarifian, *À quoi sert le travail?* p. 47.



ваний, образов и т. д. Предвосхищение услуг виртуальностью и знаками, с одной стороны, привлекает все ресурсы языка, обнаруживает бесчисленные «возможности», и, с другой, воздействует на смысл при помощи коммуникации.

### **Автономия и ответственность монады-работника**

Если эта концепция деятельности как события оперирует понятиями философии Делеза и Спинозы, то Зарифьян в своих размышлениях о субъективности работников и их кооперации в современном капитализме использует монадологию Лейбница в интерпретации Тарда. Даже на фирме управление сознанием работников (контроль над духовной памятью) сопровождается воздействием на их тела (тренировка телесной памяти, что составляет основу тейлоризма). Фирма должна создать мир не только для потребителя, но и для работника. Работать на современной фирме означает принадлежать ей, слиться с ее миром, желаниями и убеждениями.

Монадология позволяет зафиксировать упомянутые цели фирмы и понять парадокс: деятельность становится одновременно и более индивидуальной, и более коллективной. Как уже замечал Тард, благодаря Лейбницу можно выйти за пределы апорий отношения индивидуального и коллективного, а, значит, индивидуализма и холизма, потому что коллектив и общество включены в индивидуальность монады: «Отношение индивидуума к своей деятельности стремится стать монадой, целостностью в себе (...). Подобное отношение уже не рассматривается как функционально детерминированная часть органического разделения труда. Оно становится самодостаточным...»<sup>10</sup>.

Как и у Тарда, монады открыты: в отношении клиентов работник должен проявлять независимость, ответственность, инициативность, решительность, умение ориентироваться в непредвиденных ситуациях. И ответственность перед событием ожидается не только от кадров: те же требования могут предъявляться и к телефонистке, работающей в справочно-информационной службе. На предприятии постфордистского типа способностью справляться с тем, что произошло, происходит и произойдет, должен обладать не только независимый и автономный работник, но и зависимый, подчиненный. Сходные навыки ожидаются от все большего числа индивидов, будь то наемные рабочие, независимые сотрудники или даже безработные. Универсум фирмы «пронизывает монаду изнутри, не уничтожая ее сингулярности. Напротив, в этой сингулярности и только в ней этот глобальный универсум обретает смысл и значение»<sup>11</sup>. Цели определяет руководство, но каждая монада в «усваивает, впитывает и преобразовывает присущим ей уникальным способом»<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> *Ibid.*, p. 62 sq.

<sup>11</sup> *Ibid.*, p. 64.

<sup>12</sup> *Ibidem.*

Очевидно, не стоит принимать на веру заявления фирм об автономности их служащих, но эти слова все же объясняют радикальное изменение в стратегии фирм и субъективности работников. Отныне работа осуществляется за счет предоставления некоторой автономности. Это положение вещей создает обоюдоострую ситуацию: утверждение автономии, независимости, своеобразия работника (монады) и в то же время его захват и удержание миром предпринимательства. Для иллюстрации контроля на современных предприятиях Зарифьян использует метафору резинки. Работник уже не окован цепями рабочего места, но словно резинкой прикреплен к фирме:

Наемный работник свободен тянуть за резиночку: его не держат взаперти, он может двигаться, перемещаться по своему усмотрению, сообразно желаниям и умениям, как считает нужным. Но иногда резиночка сама натягивается: время от времени работнику напоминают о его статусе. Он должен отчитываться (...). Давление срока исполнения, гнет результативности отменяют нужду в мелочном хронометраже рабочих операций. Но было бы неверным полагать, что этот контроль осуществляется лишь периодически. В действительности, он происходит постоянно. Работник должен думать о нем день и ночь, это должно стать его навязчивой идеей<sup>13</sup>.

Эта ситуация не лучше и не хуже тэйлористского разделения труда, но все же она имеет свои особенности. Именно на эти особенности следует обратить внимание, чтобы понять состояние подчиненных работников на предприятии, а также найти возможности сопротивления.

Определенную роль играет различие между актуализацией в душах и воплощением в телах. Методы управления сталкиваются с непредсказуемым характером двойной встречи в душе и теле, что свойственно событию; и эта двойная встреча порождает несоответствия между субъективностью работников и стратегиями фирм. Так же как и для потребителей, это несоответствие может быть и поводом для забавных недоразумений (тем, что Бахтин называл «карнавальной искрой» иронии), и причиной серьезных личных крушений.

Контроль на фирме не вытесняет дисциплинарных методов, а объединяется с ними. Точная пропорция контроля и дисциплины зависит от места работника в социальной иерархии, его компетенции и типа производства, в котором он занят. В обществах контроля различные техники власти дополняют друг друга. С одной стороны, работник фирмы включен в отношения контроля, дополняющие дисциплинарные отношения, унаследованные от фабрики. С другой, потребитель подчиняется властным отношениям, нацеленным на построение мажоритарной модели поведения, ценностей, форм жизни, смысла. Таким образом, каждый, одновременно являясь работником и потребителем, попадает в гетерогенные отношения власти.

<sup>13</sup> Ph. Zarifian, "Contrôle des engagements et productivité sociale", 2004.

## Финансы и коммуникационные машины

Машины коммуникации, задающие общественное мнение и чувственность (желания и убеждения), действуют не только в границах фирмы, но и в сфере финансов. Процесс, наблюдаемый в рекламе, имеет ту же природу, что и тот, что влияет на установление курсов на бирже. Деньги — это сила выбора, оценки, направления инвестиций. Но финансовая оценка является продуктом логики мнения, а не объективных и безличных механизмов рынка. Это подтверждается последними исследованиями, проведенными экономистами «школы регулирования». Оценка, финансовый выбор зависят от способности кристаллизовать разделяемые большинством взгляды в областях, в которых существуют лишь различные и разнородные способы рассмотрения будущего.

Чтобы объяснить функционирование общественного мнения, мы будем опираться не на теории «школы регулирования», а на позицию Г. Тарда, который уже в конце XIX века описывал биржу как лабораторию социальной психологии. Котировка на бирже предполагает трансформацию индивидуальных решений в решения коллективные. По Тарду, определение стоимости и оценки осуществляется посредством общественного мнения, самые важные эволюционные факторы которого — это печать и разговоры<sup>14</sup>.

Мнение как любая социальная величина должно пониматься как интеракция и присвоение умов (монад), которые вступают друг с другом в отношения *ведущих* и *ведомых*. Мнение никогда не является простой процедурой, безличным механизмом, игрой зеркал, как того хотели бы экономисты «школы регулирования». Это только говорится «мнение»; на деле мнений всегда по меньшей мере два; всегда есть силы, монады, которые противостоят друг другу или вступают в односторонние или взаимные отношения.

Как же общественное мнение становится тем, чем становится? Это не может происходить спонтанно, если учесть степень различий между людьми и сложность вопросов. Всегда есть предложение вдохновителей, которые во все времена являются законодателями и выразителями мнения; всегда есть давление со стороны военных и гражданских сил. Поэтому уточним: действительное правление — это мнение группы руководителей или группы военных или гражданских террористов<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> «Сен-Бев говорит о гении, что “это король, который создает свой народ”. Это верно прежде всего в отношении великого журналиста. Как часто мы становимся свидетелями того, как публицисты создают свою публику! Чтобы Эдуарду Дрюмону удалась пропаганда антисемитизма, она должна была отвечать определенному настроению у населения; но пока не поднялся голос, придающий этому настроению выражение, оно оставалось чисто индивидуальным, слабым, незаразительным, неосознанным. Выразивший его, создал его как коллективную силу, пусть и искусственную, но тем не менее реальную», G. Tarde, *L'Opinion et la Foule*, p. 40–1.

<sup>15</sup> G. Tarde, *Les transformations du pouvoir*, p. 58.

Экономисты «школы регулирования» признают влияние отношений между умами в определении биржевых стоимостей, но они придают общественному мнению функцию успокоительного, регулятора.

Если смотреть сверху, говорит Тард, то может представиться, будто биржевые цены и курсы являются результатом распространения внешней и безличной, или спонтанной, власти (рынка) на отдельных людей.

Но в действительности, если вникнуть, то увидишь, что не существует цены, которая не была бы установлена некоторыми доминирующими силами, захватившими рынок (...). Чтобы решить судьбу какой-то стоимости, достаточно, чтобы на бирже имелась элита, работающая на повышение или понижение курса. Цена на пшеницу, установленная на Лондонской или Нью-Йоркской бирже, является результатом конфликта между двумя армиями маклеров, играющих на повышение или понижение, которыми командуют известные и обладающие различным влиянием руководители, управляющие всем миром<sup>16</sup>.

Даже в биржевых центрах рынка не существует, или, скорее, он совпадает с привлечением или формированием клиентуры. Сила воздействия на мнение возрастает по мере того, как общество оснащается новыми коммуникационными технологиями, по мере развития машин коммуникации: эта сила, «вероятно, растет вместе со средствами производства, прессой, телеграфом, телефоном, которые прогресс цивилизации предоставляет в распоряжение влиятельных людей»<sup>17</sup>.

Но почему финансы обрели сегодня такую силу выбора, оценки и решений в экономике, диктуя свои законы промышленности и разрушая ту связь между производством и деньгами, которая была свойственна дисциплинарным обществам? Да потому, что деньги — это, как и язык, существование «возможного как такового». Именно благодаря этой характеристике они могут лучше, чем реальная экономика, контролировать и схватывать взаимодействие различий и повторений, подпитываясь от своего мотора: виртуальности.

В обществах контроля деньги дают капиталистам власть над виртуальностью. Тард утверждал, что деньги — это прежде всего *сила*, в том смысле, что они являются «возможностью, бесконечной виртуальностью», которая стремится актуализироваться. Политическая экономия похожа на социальную физику не только возможностью подсчитывать действия и их результаты, но и обменом между виртуальным и актуальным, который деньги делают возможным. Как физические феномены суть постоянное превращение потенциальной энергии в кинетическую, так и экономические феномены есть не что иное, как постоянный обмен между денежной массой и конкретным богатством. Когда богатство выражается в деньгах, возможности действовать виртуализируются и возрастают.

<sup>16</sup> G. Tarde, *Psychologie Économique*, t. II, pp. 32—33.

<sup>17</sup> *Ibid.*, p. 33.

Ресурс действия, присущий материальному богатству, с одной стороны, и деньгам, с другой, соотносятся как «актуальное и виртуальное, или, я бы сказал, как *конечное и бесконечное*»<sup>18</sup>.

### **Предприятие и кооперация умов**

С появлением кооперации между умами уже недостаточно просто утверждать, что труд становится аффективным, вербальным или виртуозным, ибо радикально меняется сама схема капиталистического накопления и эксплуатации. Капиталистическую экономику теперь нельзя представить в виде последовательной серии: производство, рынок, потребление, как нас учили экономисты и марксисты.

Возьмем в качестве примера самую мощную в мире акционерную компанию, Microsoft (то же в разной степени касается любого культурного, художественного или информационного «производства», а также промышленности, в частности, фармацевтической). В политэкономии и марксизме о процессе повышения стоимости капитала может быть сказано так: фирма Microsoft нанимает «работников» (компьютерных инженеров), продающих свою рабочую силу (знания в области информационного программирования) для реализации продукции или услуги (программное обеспечение), которые впоследствии продаются на рынке. Microsoft увеличивает доходы, эксплуатируя работников, затем входит в отношения конкуренции с другими предприятиями, и эта конкуренция приводит к монополии.

Неомонадологическая точка зрения даст другое повествование, другую нарративную картину. Сначала Microsoft обращается не к рынку и «работникам», но через этих последних к кооперации между интеллектами. С нее-то и надо начинать рассказ, потому что и Microsoft начал с того, что завладел наличной вне его интеллектуальной кооперацией (по определению, онтологически предшествовавшей захвату). В интеллектуальной кооперации заключена сила со-творчества и со-реализации, выражающаяся в данной специфической области, например, как возможность создания и разработки «свободных программ». Для своего существования эта кооперация не нуждается в предприятии и самом капиталисте, как это было в экономике Маркса и Смита. Напротив, она зависит от развития и распространения научных знаний, технологических механизмов и коммуникационных сетей, образовательных систем, здравоохранения и прочих институтов, обслуживающих население. Способность создания и осуществления кооперации зависит, таким образом, от наличия этих публичных (коллективных, общественных) благ и от доступа к ним. Создание программ всегда осуществляется благодаря совместной работе множества умов, компетенций, эмоций, циркулирующих в сети, которая есть не что иное как гетерогенное сцепление все-

<sup>18</sup> *Ibid.*, p. 311.

возможных сингулярностей, потоков и множеств (как это хорошо видно на примере информатиков, разрабатывающих свободные программы). Создание и разработка программ достигается разделением и координацией как информатиков, так и потребителей. Оба процесса, впрочем, стремятся к сближению, и понятия «создатель» и «пользователь» все более смешиваются. Функции, коренным образом разделенные в политэкономии и в капиталистическом товарно-денежном обороте, являются обратимыми на уровне интеллектуальной кооперации. Взаимные контакты и отношения делают из всех монад «сотрудников», даже если не все они обладают одинаковой созидательной и организационной способностью. Сама форма создания и осуществления интеллектуальной кооперации *публична*, потому что она происходит на виду и при возможном участии всех. Общественное измерение кооперации должно гарантироваться и защищаться правами (ср. copyleft, защищающий право копировать, изменять и распространять), которые признают одновременно индивидуальную инициативу, имеющую определенные особенности (моральное право каждого изобретателя) и общественную природу деятельности и ее продукции (все изобретения составляют «общий котел», свободный и доступный для всех).

Но где и как Microsoft вступает в нашу историю? До сих пор у нас еще не возникало нужды в фирме для объяснения производства software: можно было бы продолжать и не касаться вопросов рыночного обращения. Есть ли необходимость возвращаться к марксистскому нарративу и рассказывать, что Microsoft эксплуатирует труд своих служащих? Такой дискурс представляется уже недостаточным: своими баснословными доходами компания обязана не только, как учит марксизм и политэкономия, эксплуатации, но и удачному составлению клиентуры и распространению на нее монополии. «Работа» фирмы и его служащих состоит в одностороннем захвате, ставящем задачу сформировать из множества «сотрудников» (монад) множество «клиентов». Служащие (не только инженеры, но и маркетологи, лоббисты, состоящие на службе у политиков для обеспечения их монополии и т. д.) служат экраном для интеллектуальной кооперации: деятельность Microsoft'a состоит в нейтрализации и дезактивации со-сотворчества и со-реализации множества. Способности к сцеплению, вместо того, чтобы гетерогенно распределяться в кооперации, концентрируются в фирме.

Как осуществляется этот захват? Непосредственно публичная форма кооперации упраздняется посредством тайны, царящей в деятельности фирмы и в распространении программ (невозможность доступа к исходному коду). Нейтрализация и присвоение способности к со-творчеству и к со-реализации опирается на интеллектуальную собственность, а не на собственность на средства производства, как это было в фабричной кооперации.

Однако «новая экономика», олицетворяемая Microsoft'ом, нуждается и в воспроизводящей промышленности, изготавливающей hardware, и в

разнообразных персональных услугах (образование, здравоохранение и т. д.). Следовательно, можно предположить, что совокупность этих действий следует описывать исходя из логики международного разделения труда: «Микросхемы и оборудование производятся интернациональной индустрией в макиладорах<sup>19</sup> и промышленных зонах Мексики, Центральной Америки, Южного Китая, Малайзии, Филиппин, Тайваня или Кореи. [... Таким образом,] креативность нематериального труда, сконцентрированного на Севере земного шара, опирается, на фундамент практически не оплачиваемого труда на Юге»<sup>20</sup>.

Но мы предпочитаем не противопоставлять нематериальное материальному, а вернуться к предложению Г. Тарда и его сегодняшним применениям: иерархия телесных и умственных функций, нематериального и воспроизводственного труда, «когнитариата» и рабочих не объясняет динамику современного общества, потому что именно *в своей совокупности* все оно становится «большим коллективным мозгом, клетками которого является каждый маленький индивидуальный мозг»<sup>21</sup>: «маленький мозг», являющийся частью «большого коллективного мозга», включает как инженеров Microsoft'a, так и рабочих сборочных конвейеров цифровой продукции.

Было бы нелепым полагать, что различие между изобретением и воспроизводством строго совпадает с границей Север-Юг, поскольку всякая деятельность несет в себе часть изобретения и часть воспроизводства. Деятельность, какой бы она ни была, подчиняется уже не инструментальной логике, а логике события (функция познания, например, качественно меняется по сравнению с организацией труда по фордистскому образцу, для которой она уже являлась, по словам Маркса, «самой важной производительной силой»). Сущность деятельности каждого маленького мозга внутри большого общественного определяется не столько бесплотностью, интеллектом, познанием, сколько способностью инициировать что-то новое, т. е. конструировать проблемы и подвергать ответы испытанию новыми вопросам.

Деятельность интеллектуальной кооперации вовсе не обязательно является изначально специализированной или умственной. Динамика интеллектуальной кооперации может даже застопориться из-за какого-нибудь «интеллектуального труда»: нет ничего более далекого от свободной интеллектуальной кооперации, чем университетская система с ее иерархией, механизмами воспроизводства, препонами для любых отклонений и новшеств. Так, движение французских ученых зимой и вес-

<sup>19</sup> Заводы, расположенные в развивающейся стране и собирающие машины из деталей, произведенных в развитой стране, для последующего реэкспорта туда же. Термин изначально обозначал места «делокализации» сборки из США в Мексику. — *Прим. ред.*

<sup>20</sup> N. Dyer-Whiteford, "Sur la contestation du capitalisme cognitif : composition de classe de l'industrie des jeux vidéo et sur ordinateur", 2002.

<sup>21</sup> G. Tarde, *La Logique sociale*, p. 218

ной 2004 г. не привело к созданию новых возможностей, а, возможно, даже узаконило новую организацию иерархического и селективного знания, лучше приспособленного к императивам «когнитивного капитализма». Наоборот, неграмотные индейцы Чьяпас противостоят колонизации своих форм жизни, используя динамику интеллектуальной кооперации: они пускают в ход знания из самых разных областей (традиционные знания самих индейцев и знания «академические»). И в этом процессе участвуют очень многие, в меру своих способностей к изобретению и подражанию.

Как напоминает Тард, интеллектуальная кооперация означает, что каждый имеет «свое маленькое осознанное или неосознанное изобретение», которое он добавляет в копилку социальной памяти; имеет свой более или менее протяженный «радиус подражания, (...) достаточный для того, чтобы его открытие вышло за рамки его недолговечного и ограниченно-го монадой существования»<sup>22</sup>. Нужно иметь очень ограниченное понимание труда, чтобы полагать, что работа по созданию и реализации миров может быть сведена к одному только когнитивному процессу.

\*\*\*

Кооперация вокруг «свободных программ» (free или open software) обязана своей силой не столько когнитивной природе деятельности ее «сотрудников», сколько возможности «открыть» пространство-время изобретения, когда постановка проблемы и поиск решений осуществляются независимо от логики фирмы и государства, и когда задействовано множество субъектов. Новые правовые нормы (copyleft и т. д.), необходимые для запуска и развития кооперации, мыслились вначале как инструмент для защиты новых созданных возможностей от всякого одностороннего их присвоения.

Microsoft же, напротив, является фирмой, присваивающей себе право формулировать проблемы и хранить их решения в секрете для «вящего счастья клиентов». Интеллектуальная собственность выполняет, таким образом, политическую функцию, ибо определяет, кто обладает правом (и званием) создателя, а кто — лишь правом воссоздателя. Интеллектуальная собственность отгораживает «множество» от его способности создавать и решать проблемы. Фирма и отношения между капиталом и трудом, следовательно, не позволяют увидеть социальное измерение события, характеризующее производство благ в современном обществе, и таким способом задают новые формы эксплуатации и подчинения. Безработица, бедность, шаткость статуса — это прямые результаты деятельности фирмы (и политики занятости), поскольку присвоение социальной производительности устанавливает социальную иерархизацию, игнорирующую событийную и кооперативную природу производства. Фирма использует

<sup>22</sup> G. Tarde, *Les Lois sociales*, p. 127.



в первую очередь само общество, упорядочивая его и разделяя на потребителей и клиентов, эксплуатируя социальное производство возможно и его реализацию.

Ответ на эти новые формы эксплуатации, как показали результаты борьбы против патентов в фармацевтической промышленности, требует мобилизации потребителей-клиентов. Борьба за заработную плату оказывается относительно бессильной против организации современных мультинациональных корпораций, потому что отношения найма либо не касаются большинства, как в случае с Microsoft'ом, либо сконцентрированы преимущественно вне фирмы (на фабриках), как это часто происходит, например, в мультинациональных фармацевтических корпорациях. Но что не по силам наемным работникам, то будет, может быть, под силу потребителям-клиентам. Влияние потребителей не следует оценивать по их покупательной способности. Потребители-клиенты отнюдь *не действуют политически*, когда просто стремятся, как говорится в рекламе, «выбрать лучшее». Действия потребителей могут и должны находиться в сфере определения проблем.

В западноевропейских странах ВИЧ-позитивные больные, нарушив принятое по их поводу распоряжение оставаться рядовыми потребителями, выставили свои знания против знаний врачей, и заявили о своем активном присутствии, своем участии в определении целесообразности исследований и разработке протоколов клинических исследований, против монополии фармацевтических предприятий. Страны Юга приняли меры, чтобы противопоставить высокомерию мощных фармацевтических лабораторий свое право на производство на своих собственных заводах «нефирменных» лекарств, на параллельный импорт<sup>23</sup> и на обязательное лицензирование<sup>24</sup>.

Этот далеко не разрешенный сегодня конфликт является еще одним свидетельством нового разрыва по оси Север/Юг в глобальной экономике. В то время как деятельность капиталистических фирм сосредоточивается в странах «мировой триад» (ЕС, США, Япония) и молодых экономиках, власть глобализированного капитала в странах южного региона уже не просто связана «неравноправным обменом», но является непосредственно властью отвечать на вопрос, *кто* имеет, а *кто* нет, доступ к знаниям, к здравоохранению, т. е. право на жизнь; и все это благодаря укреплению системы интеллектуальной собственности<sup>25</sup>.

<sup>23</sup> Система параллельного импорта зиждется на юридическом принципе «исчерпания прав», по которому держатель патента X в одной стране не может противостоять тому, что эта страна импортирует лекарство из другой страны, где это лекарство дешевле.

<sup>24</sup> Существуют договоры, в соответствии с которыми права держателя патентов могут быть урезаны, если этого требует общественная польза (форс-мажор, здравоохранение...) или борьба с конкуренцией. В этих случаях государство может позволить местному предприятию производить лекарство с патентом без выплаты лицензионного сбора.

<sup>25</sup> «США получили 38 млрд долларов в счет прав интеллектуальной собственности. В это же время Корея вынуждена была уплатить 15 млрд за патенты. Что показывает, как дорого

Таким образом, в интеллектуальной (или межсубъектной) кооперации нас интересует не столько ее «нематериальная» природа, сколько политико-этическая форма деятельности и особенности ее организации: на манер постсоциалистических движений, упомянутые эксперименты не ограничиваются отрицанием, но открывают пространство для созидательного творчества (институционального, экономического, коммуникационного), которое вовсе не является исключительной прерогативой когнитивного или нематериального труда.

### Понятие «производства»

Чтобы понять сущность «производства» в обществах контроля, мы не можем исходить из фирмы или фабрики, но должны рассмотреть, как связаны между собой многочисленные и разнородные отношения власти (ноополитика, биополитика, дисциплинарные режимы). Мы можем говорить о *критике* или политическом действии всякий раз, когда имеем отрицание того, что существует, всякий раз когда происходит ускользание, отказ от возможных отношений и актуализированных дихотомических альтернатив (происходит ли это на предприятиях, в био— или ноополитике), и вследствие этого отказа, этого ускользания открывается пространство создания возможностей, время опыта и испытаний.

Бессилие логики рабочего движения объясняется исключительно неспособностью отказа от классической профсоюзной политики. Но и сами когнитивные работники не обладают ни способностью, ни возможностью регулировать и скрещивать это множество интересов и знаний. Речь идет не о том, чтобы заменить одного стратегического субъекта (рабочий класс) другим (когнитариат), а о том, чтобы помыслить деятельность множества как силу, создающую и реализующую миры. С этой точки зрения, разделение между когнитивным и некогнитивным трудом, материальной и нематериальной продукцией теряет смысл. Это то разделение, в которое мы втянуты и от которого, тем не менее, необходимо освободиться, ускользнуть (речь идет опять же о распределении власти). Очевидно, что переходя от понятия «материального производства» к производству миров, мы сталкиваемся с императивом, выдвинутым уже в марксовы *Экономических рукописях 1857–58 гг.*: выработать другой метод, создать другой способ представления, радикально отличающийся от того, который существует в политэкономии, что, в конечном счете, должно дать возможность говорить о «производстве». По пророчеству Маркса, уже «не труд в своей непосредственной форме» будет новым фундаментом для построения богатства, но развитие науки, технического прогресса и «социального движения и кооперации», одним словом, «развитие социальной личности». «Производство, основанное на меновой стоимости, неминуемо рухнет».

обходится доступ к знаниям развивающимся странам», Z. Laidi, “La propriété intellectuelle à l’âge de l’économie du savoir”, 2003, p. 128.

У Маркса эти заявления — не более чем упоминания, потому что он ничего не говорит о том, как именно делается наука, и не объясняет, в чем состоят кооперация и общение в социуме. Мы знаем только, что основанная на труде кооперация, описанная в *Капитале*, показывает себя как «жалкая основа» для понимания и измерения богатств и их «субъектов». Возможно, мы могли бы поспособствовать определению этого нового «производства» (создания возможных миров), используя понятие интеллектуальной кооперации, добавив к уже упомянутым, другие черты, отличающие ее от кооперации смитовской.

### Общие формы деятельности и интеллектуальной кооперации

Ни практика со всеми ее категориями (класс, закон стоимости, труд), ни либеральная парадигма (с ее триадой: индивидуальная свобода, рынок и собственность) не способны понять условия построения интеллектуальной кооперации. Напротив, кооперация в политической экономии способствует разрушению со-творчества и со-реализации субъективности, потому что она направлена на ее организацию и измерение на базе того «жалкого основания», коим является «труд».

Каковы общие формы деятельности и интеллектуальной кооперации? Динамика интеллектуальной кооперации представлена событием. Стоимости не отражают сущность (труд), но, напротив, зависят, от события. Действия, следовательно, являются теми новыми началами, которые открываются в непредвиденное и непредсказуемое. Подобные способы действия являются рискованными. Они хрупки и нуждаются в доверии как предварительном условии деятельности. Со-творчество и со-реализация предполагают симпатию и взаимное обладание и по другой причине: все монады являются «сотрудниками», даже если они обладают разной производительной силой. Они соотносятся друг с другом двояко: “1) как воюющие стороны, соперники; 2) как взаимные помощники, сотрудники”<sup>26</sup>.

Отношения соперничества и сотрудничества всегда более или менее идут рука об руку, но созидательный процесс имеет место лишь в атмосфере симпатии, т. е. взаимного участия и кооперации, доверия, *philia*. Быть вместе в ситуации сотрудничества должно означать чувствовать вместе, «ощущать» вместе. Дружба<sup>27</sup>, братское чувство, *pietas*<sup>28</sup> — все они являются выражением симпатии, наличие которой необходимо для объяснения организации и динамики интеллектуальной кооперации. Управление совре-

<sup>26</sup> G. Tarde, “Darwinisme naturel et darwinisme social”, p. 612.

<sup>27</sup> «К сожалению, дружба, как и общество, есть “круг, распадающийся, если его слишком растягивать”, и это серьезное возражение всегда оправдывало сопротивление консерваторов всех эпох по отношению к стремлению угнетенных классов к равенству. Но нужно отбросить это возражение и включить в социальный круг все человечество», G. Tarde, *Les Lois de l'imitation*, p. 378.

<sup>28</sup> *Ibidem*.

менными предприятиями, так же как и стратегии формирования и привлечения потребителей, должны учитывать тот факт, что изобретение нельзя сдержать, и что лишь доверие, симпатия, любовь сопутствуют сотворчеству и со-реализации миров.

Симпатия, доверие, взаимное обладание также предполагаются в процессе организации мира и себя, потому что различие является движущей силой кооперации. Различие действует не так, как конкуренция эгоизмов или противоречие, которые являются единственными эволюционными принципами, мыслимыми на основе практики (*praxis*) и либеральных теорий. Различие разворачивает свою созидательную и организационную активность в процессе совместного производства, основанного на симпатии, доверии и дружбе, а не в атмосфере координации или столкновения эгоизмов.

Две противоречивые сущности могут преодолеть отношение противоречия только в результате окончательной победы одной или другой, в то время как две различные сущности могут комбинировать свою неоднородность посредством гибридизации. Плодотворность событийной логики изобретения является результатом имеющейся у нее способности сталкивать в процессе со-производства и со-адаптации разнородные силы, которые не противодействуют друг другу по логике противоположностей. Устанавливая *новый план имманентности*, силы совместно производят новую модуляцию своих отношений, открывая “еще не расчищенный путь (*fata viam inveniunt*), который позволяет им взаимно пользоваться друг другом”. Субъективность, которая выражается в интеллектуальной кооперации, относится к деятельности не в соответствии с категориями практики или труда, но исходя из логики создания и реализации возможностей.

В том, что экономисты и марксисты называют трудом, необходимо отличать *изобретение* от *повторения*, с одной стороны, и, с другой, *радость* от *печали*, которые выражаются в различных особенностях деятельности. Эти различия очень важны для понимания субъективного поведения современных агентов. В каждой деятельности, материальной или нематериальной, некоторая субъективность отличает радость, которая выражается в изобретении и кооперации, от печали, выражающейся в труде стандартного повторения. Динамика экономического феномена находит свое объяснение не просто в жажде обогащения, избегании боли и поиске удовольствия, но, скорее, в непрерывно обновляющемся стремлении избавиться от уныло-однообразного воспроизводства и умножить радость от изобретения, сократить необходимость работать и увеличить свободу кооперации. Именно с этой онтологией изобретения и повторения, радости и печали должен будет столкнуться капитализм. Загадка современного капитализма кроется в том, что он обязан подчиниться этим условиям, не имея возможности полностью их принять, потому что его логика — не логика имманентности и *philia*, которую предполагает интеллектуальная кооперация.

## Продукты интеллектуальной кооперации: общественные блага

Интеллектуальная кооперация, в отличие от кооперации на заводах смитовского и марксистского типов, производит общественные блага: знания, языки, науки, искусство, услуги, информацию и т. д. Мы различаем публичные, или коллективные блага, как они понимаются в политэкономии, и то, что мы называем общественными благами. Сюда относятся не только блага, просто принадлежащие всем (как вода, воздух, природа и т. д.), но и те, что созданы способом, который Марсель Дюшан определил как художественное творчество: произведение искусства — это наполовину результат действий артиста, наполовину — результат активности публики (читающей, смотрящей, слушающей). Именно эта «художественная» динамика, а не деятельность производителя или потребителя, играет главную роль в создании и реализации общественных благ.

В отличие от благ «осязаемых, присваиваемых, взаимозаменяемых, потребляемых», фигурирующих в политэкономии, эти блага являются, по словам Тарда, «невещественными, неприсваиваемыми, невзаимозаменяемыми, непотребляемыми». Общественные блага как результат сотворчества и со-реализации межсубъектной кооперации являются «бесплатными и столь же неделимыми, сколь и бесконечными». «Неприсваиваемый» означает, что общественное благо (знание, язык, произведение искусства, наука и т. д.), присвоенное тем, кто его приобретает, не становится, тем не менее, его исключительной собственностью и даже черпает смысл существования в своей общедоступности. Лишь блага, произведенные посредством отношения капитал-труд, обязательно предполагают индивидуальное присвоение, ибо их потребление разрушает их и делает невозможной передачу их кому-либо другому. Они могут быть только «твоими или моими», и попытка сделать их общими систематически срывается, что объясняется самой природой объекта.

Тот факт, что общественное благо невозможно обменять, объясняется тем, что оно является невидимым и неприсваиваемым. Как учит политэкономия, в торговле каждый что-то приобретает, в то же время отказываясь от чего-то, чем обладает. В «торговле» общественными благами (знаниями, например) тот, кто их передает, не теряет их; делая их достоянием общности, он их не лишается. Напротив, их ценность возрастает в тот момент, когда осуществляется их распространение и распределение. Одно общественное благо нельзя обменять на другое, потому что, будучи неделимым, общественное благо не имеет эквивалента (оно ни с чем не соизмеримо).

Общественные блага не являются потребляемыми, если исходить из критериев, установленных политэкономией. Только торговля благами, произведенными на фабрике из модели Маркса и Смита, приводит к удовлетворению желаний путем «деструктивного потребления» проданных продуктов. Но «потребляем ли мы наши мысли, думая их, и шедевры ис-

кусства, любясь ими»<sup>29</sup>? Всякое потребление общественного блага может вылиться непосредственно в создание нового знания или нового шедевра. Потребление не разрушает, но создает новые знания, новые шедевры. Кругооборот становится основополагающим моментом процесса производства и потребления.

Правила производства, оборота и потребления общественных благ не совпадают с правилами фабричной кооперации и ее экономикой. Марксизм и политэкономия переживают кризис потому, что уже невозможно объяснить создание и реализацию общественных благ (занимающих в современном капитализме то место, которое было закреплено в капитализме промышленном за материальным производством) с помощью понятия производственной кооперации (ситуация, когда рабочие подчиняются капиталисту).

Отношение капитал/труд, как мы уже видели на примере с Microsoft, является инструментом, необходимым для того, чтобы свести общественные блага к частным благам, чтобы игнорировать социальную природу «производства», чтобы превратить сотрудников в клиентов, чтобы навязать интеллектуальной кооперации (действия которой по определению «невидимы и бесконечны») логику, присущую политэкономии: логику редкости.

Еще одно замечание. Общественные блага являются результатом «публичной» *негосударственной* кооперации. Мы являемся свидетелями появления сферы производства и оборота знаний, которая не зависит прямо и в принципе от государства. Производство, социализация и распределение этих благ превосходят вмешательство «государства», тем не менее не являясь частными. Это примечательное новшество, ибо оно разрушет классическую оппозицию между частным и публичным.

### **Мера и несоразмерность**

Интеллектуальная кооперация противостоит производственной кооперации смитов-марксова типа, как избыток — редкости, несоразмерное — измеримому, неизмеримое — мере. Если экономика — наука об оптимальном распределении редких ресурсов, и если сегодня редкость — это не естественное условие, но продукт права, то возникает необходимость мыслить богатство, исходя из логики изобилия, присущей общественным благам.

Двусмысленность английского термина *free software*, отличающего «свободную» программу от программного обеспечения, подпадающего под действие авторского права, может стать ориентиром в решении этих вопросов. Английский термин “free” отсылает к двум различным понятиям: к свободе и бесплатности. Сетевые сообщества «свободных» программ настаивают больше на аспекте свободе, т. к. существуют и бесплат-

<sup>29</sup> G. Tarde, *Psychologie Économique*, p. 88.

ные несвободные программы. Бесплатный доступ к программе, охраняемой авторским правом, повышает зависимость потребителя от гаммы программного обеспечения, предлагаемой данной фирмой, т. е. ставит его в пассивное и зависимое положение, тогда как доступ, даже платный, к «свободной» программе, создает условия его независимости. «Свободная» программа ставит пользователя в потенциальную — ибо возлагающую на него определенные обязательства — ситуацию свободы и независимости. Поэтому важна не бесплатность, а возможности, которые открывает свобода получения, изменения, улучшения и распространения исходной программы: эта свобода открывает целую область проблематизации. Условия кооперации, создания и распространения сообществ free software, таким образом, содержат в себе приемы, направленные на *разрушение* клиента и создание условий его становления активным (в этом и состоит этика интеллектуальной кооперации). Они альтернативны по отношению к стратегиям предприятий, которые *конструируют* клиента, его зависимость и пассивность.

Если с точки зрения активности или пассивности, различие между свободой и бесплатностью понятно, то совместимо ли их разделение — свобода без бесплатности — с экономикой общественных благ? Экономическая наука учит нас, что всякое избыточное благо, не имеющее цены, является «неэкономическим». Цена — это мера редкости. Мы попытались показать, что в отсутствие режима собственности знание может быть приравнено к благу, не являющемуся редким, ибо оно невидимо, необмениваемо, непотребляемо, неизмеряемо и, соответственно, носит несопернический характер, а поэтому в принципе не подчиняется правилам экономики. Поэтому нам кажется правомерным вопрос о том, не является ли бесплатность, в сущности, адекватной формой производства, обмена и распределения в экономике изобилия. Если богатство бесплатно, это значит не то, что оно не имеет стоимости, а что принципы измерения и распределения не могут быть экономическими, т. е. основанными на редкости.

Мы сталкиваемся с двумя различными концепциями богатства, которые отсылают к двум гетерогенным принципам измерения и распределения: к принципу, применимому к редким благам, и к тому, который описывает блага общественные (избыточные или неизмеряемые). Принцип *copyleft* довольствуется запретом свободного движения публичных благ и обходит вопрос о богатстве. Если местами он и создает условия для экономики изобилия, он ничего не говорит о природе, измерении и распределении богатства, состоящего из общественных благ, свободное движение которых он организует. Но интеллектуальная собственность является одновременно и юридическим механизмом контроля над созданием и движением знания и способом регулирования распределения богатства, порождаемого созданием и распространением изобретения или произведения.

Теперь проблема, на время отодвинутая благодаря сообществам «свободных» программ, встает с новой силой, потому что создание и обраще-

ние знаний стремится к полному совпадению с созданием и обращением богатства: как квалифицировать богатство, основанное на производстве общественных благ? Как измерить неделимое и непотребляемое благо? Как высчитать стоимость общественного блага, если, как мы смогли убедиться, условия его производства отсылают к другим общественным благам, а именно: к образованию, здравоохранению, науке, интернету и т. д.? На основе чего устанавливать распределение богатства, производство которого зависит от кооперации и творчества множества производителей и пользователей?

Стремиться постичь новую природу богатства — акт почти политический, поскольку он означает, по словам Маркса, «лишить его его буржуазной формы», т. е. признать, что оно основано не только лишь на «производительном труде» (труде рабочих по производству капитала), но и на любой деятельности, на свободном действии; что оно предполагает не только деятельность, но и способность избегать ее (пустое времяпрепровождение, праздность, по Полю Лафаргу); не только субъективацию, но и действия по десубъективации, стремление избавиться от навязанных функций и ролей.

### **Борьба за общественные блага**

Бороться против захвата общественных благ означает не только выступать против глобализации и маркетизации и требовать, чтобы на общественные блага не распространялись соглашения о международной торговле услугами. Этих мер вовсе не достаточно. Ведь смысл не в том, чтобы оставить общественные услуги неизменными, т. е. замысленными и организованными в соответствии с фордистским компромиссом, а в том, чтобы заново переосмыслить их так, чтобы они легли в основу интеллектуальной кооперации. Бороться против приватизации общественных благ и означает создавать специфические условия для свободной интеллектуальной кооперации. Это означает признание того факта (в результате введения новых прав и новой концепции богатства и его распределения), что условия, правила, субъективность, технологические средства создания и реализации общественных благ не являются аналогичными тем, которые применяются при «производстве» и «потреблении» промышленных товаров.

Современная борьба должна позволить появиться тому, что пока существует только виртуально в интеллектуальной кооперации, в актах сопротивления и творчества. Таким образом, борьба — это политическая сингуляризация кооперации, освобождающая ее от «когнитивного капитализма». То, что в кооперации было всего лишь виртуальным, становится посредством борьбы возможным, но это возможное надо еще реализовать, заново упорядочить в соответствии с особенностями и конечными целями, которые возникают во время и в результате актов сопротивления. Субъекты и содержание действия, формы согласия или несогласия



складываются на основе события борьбы, они не заданы заранее. Этот политический акт является, в свою очередь, новым изобретением, новой индивидуацией, а не просто признанием или открытием новой природы кооперации.

Интеллектуальная кооперация — это объект, наличный только в форме эксплуатации, доминирования и подчинения, но ее можно и нужно сконструировать и выразить в виде политических целей, причем не используя политические перспективы уже заданного политического поля, но ставя новые вопросы и давая на них новые ответы. Какие права, богатства, какие обязанности, формы выражения совместного бытия необходимы для интеллектуальной, межсубъектной кооперации?

Именно в процессе построения и выражения кооперации, а не просто в изобличении маркетизации, следует разрабатывать конкретные инструменты, которые позволили бы противостоять приватизации социально произведенных благ. Акции протеста, организованные преподавателями государственных учебных заведений и работниками зрелищных искусств весной и летом 2003 г., а затем учеными зимой 2004 г., были не простыми требованиями повысить зарплату. Они ставили целью не просто облегчить бремя денежной и юридической зависимости от частного или государственного начальника в рамках классического противопоставления работник-работодатель, но и пересмотреть саму природу производства и реализации общественных благ (культура, образование, наука) и со-творческую функцию публики (учащихся, зрителей, пациентов, потребителей и т. д.) в производстве. Таким образом они поставили вопрос об институциональных и технологических средствах, необходимых для создания и распределения общих благ, о финансировании и предоставлении любому субъекту права на участие в этом новом виде кооперации. Тем самым они подвергли критике и процесс формирования субъективности в школах, в культурном, художественном и медийном пространствах.

Главным препятствием для борьбы в наше время является стремление удержать ее в рамках отношений капитал-труд, свести ее к формам организации и мобилизации, уже кодифицированным по принципам кооперации фабричного типа, с присущими именно ей понятиями труда, богатства, различения экономики и общества, базиса и надстройки и т. д. Когда борьба за общественные блага сводится к противостоянию в кодифицированной форме работодатель-работник, исчезает сама возможность постановки новых проблем и изобретения их решений, поскольку и те и другие известны заранее. Профсоюзы и организации, которые опираются на сценарий и методы рабочего движения, одновременно осуждая маркетизацию, на самом деле способствуют воспроизводству власти фирм над интеллектуальной кооперацией.

Эта борьба за общественные блага является радикальным политическим актом в той мере, в какой она ускользает от кодификации отношения капитал-труд и утверждает и развивает возможности интеллектуаль-

ной кооперации, одновременно создавая и реализуя ее. Межсубъектная кооперация в деле создания миров является, таким образом, условием для надления новым смыслом и новыми целями борьбы, в том числе и той, которая идет в фирмах и на фабриках, так как она также блокируется логикой капитал-труд.

События 1968 года вызвали к жизни массу новых возможностей, к которым возвращается, пересматривая и пополняя их, каждая новая протестная волна. Речь идет не столько о лозунгах, сколько о методах, средствах, коллективных навыках, открытых для всего непредвиденного и непредсказуемого, что может возникнуть при их реализации: необходимо придумывать новые формы деятельности, способные не зависеть от занятости (будь то в государственном или частном секторе), которые бы ставили целью создание и осуществление общественных благ, а не наращивание прибыли предприятия. Это предполагает отделение оплаты от труда, доступ всех к темпоральностям неэксплуатирующего типа, способным творить и материальные ценности, и субъективность.

Для этого необходимо овладеть институтами биовласти (*welfare*) и их финансовой мощью, нацеленной на воспроизводство подчиненного труда (*workfare*); овладеть, чтобы «перековать» их для финансирования отдельных лиц (видов субъективности) и инфраструктур, служащих созданию общественных благ. Такие перемены предполагают создание условий для нейтрализации разделения (присущего режиму контроля над интеллектуальной собственностью) между изобретением и воспроизводством, между производителями и потребителями, между экспертами и любителями. То есть речь идет о подключении множества субъектов, вовлеченных в интеллектуальную кооперацию, в новую концепцию демократии, при которой клиенты, потребители, безработные и т. д. становятся политическими субъектами новой негосударственной общественной сферы.

### **Капитализм и «жалкая жизнь»**

Сделаем некоторые выводы общего характера. Упомянутые нами различия между теориями труда и нео-монадологией очень важны для понимания современного капитализма. На описанной стадии развития капитализма эксплуатируется не «производительный» труд (производящий, по марксову определению, капитал), но сцепка различия и повторения. Создание возможных миров и их осуществление становятся объектом капиталистического присвоения.

По сути, необходимо переосмыслить само понятие труда, совершенно специфически искаженное экономистами и социалистами, рассматривавшими его как подчиненную деятельность, мобилизуемую работодателем. Говоря о труде, необходимо уметь отличать изобретение от воспроизведения, иными словами, различие от повторения. Достичь этого можно лишь отталкиваясь от понятия «свободной деятельности», предшествую-

щей его мобилизации предприятием. Творческие способности, находящие приложение в свободной деятельности, с одной стороны, воплощены в «монадах», с другой, — зависят от ряда отношений, которые выходят за рамки фирмы и которые, поэтому, могут быть высвобождены только кооперацией. Интеллектуальная кооперация не является координацией только специальных видов деятельности; она не обязательно отсылает к когнитариату или нематериальным работникам. Она выражается в способности *любого индивида* к действию: мобилизация интеллекта (убеждений) и желания (воли) при помощи внимания.

Иначе говоря, при кооперации «объединенных умов», изобретение не является делом выдающихся людей и оно не представлено только выдающимися идеями. Это скорее результат кооперации и координации большого количества как *социальных*, так и *бесконечно малых* агентов и их «часто остающихся безвестными, как правило, анонимных идей (...), возникающих часто у людей незначительных, а также их мелких, микроскопических инновационных вкладов в общее дело»<sup>30</sup>. Стоимость является результатом этой бесконечной и бесконечно малой кооперации.

Г. Тард выделил несколько категорий, позволяющих осмыслить деятельность субъективности, выражающейся в интеллектуальной кооперации как «свободной деятельности», независимой от ее мобилизации на предприятии и предшествующей ей. И деятельность *автомата*, и деятельность *гения* мобилизуют одни и те же силы; и та, и другая основываются на свободной деятельности. Поэтому можно переходить от одной к другой через бесконечные и бесконечно малые вариации. И в том, и в другом случае, главное — это память с ее *conatus*: вниманием. В деятельности автомата внимание целиком сконцентрировано на выполнении определенного действия, и память — это, во многом, встроенная в тело *привычка*. Субъективность здесь является автоматизмом, центром действия, который получает и передает движения, поскольку совпадает с сенсорно-моторной памятью.

Напротив, в деятельности гения внимание не сосредоточено на выполнении действия, и память вклинивается между действием и реакцией, создавая пространство неопределенности и выбора, образуя «безмятежное облако» возможностей. Субъективность и в данном случае является центром действия, но теперь она способна и производить задержку, паузу между действием и реакцией в целях создания нового. Она уже не привычка, не автоматизм, а интеллектуальная память, способная усвоить многообразие и создать новое. По выражению Тарда, прежде всего необходимо «со всей возможной четкостью отделить труд от изобретения»<sup>31</sup>.

Труд, как его понимают марксисты и экономисты, есть захват этой «свободной» деятельности и должен рассматриваться в свете этого нового прочтения, этого нового взгляда на деятельность. Лишь четко устано-

<sup>30</sup> G. Tarde, *Les Lois Sociales*, p. 148.

<sup>31</sup> G. Tarde, *Psychologie Économique*, t. I, p. 226.

вив это различие, мы увидим в каких пропорциях распределены творчество и подражание в экономическом, интеллектуальном и художественном видах труда.

\*\*\*

В марксистской формуле «живого труда» критику вызывает не только двусмысленность такого понимания труда, но и размытое значение слова «живой», плохо соотносящееся с биологическим определением: память, способная хранить и создавать ощущения. Для Маркса же понятие «живой» относится скорее к свойствам субъекта, определенным немецкой классической философией.

В отличие от промышленного труда, в который вовлечены, в основном, физические (или химические) силы, память воздействует на «психологические силы» (восприятие), благодаря способности *передать* и *принимать* отпечаток желаний и убеждений других людей. Деятельность памяти отличается от труда не только тем, что затрагивает восприятие, но и тем, что она неотделима от процессов *дифференциации* (изобретение) и *повторения, воспроизведения* (подражание) как свойств времени. Память обладает способностью создавать новое (образ, ощущение, идею) и воспроизводить его до бесконечности (постоянно «копируя образы, ощущения, идеи»). Память не может развиваться и вступать в общественные отношения в соответствии с формами объективации субъективной деятельности, описанными в различных теориях труда. Особенность памяти заключается в том, что она может экстернироваться, не отчуждаясь. Артикуляция между духовной и телесной памятью позволяет в частном и исключительном порядке воспользоваться результатами экстерниоризации, но одновременно усложняет контроль за неотчуждаемой творческой деятельностью. Фирма может присвоить себе лишь продукт такой деятельности, но сама эта деятельность и отношения, от которых она зависит, продолжают принадлежать человеку и кооперации, вызвавшим их к жизни. Открытие, или изобретение, может существовать внутри нас, в нашей памяти «в форме клише или приобретенной привычки, понятия, умения, — или же во внешнем мире, в книге или в механизме...»<sup>32</sup>. Память функционирует на двух уровнях, внутреннем и внешнем: возможность социализироваться, не отчуждаясь, лежит, таким образом, в основе создания общественных благ — неприсваиваемых, невзаимозаменяемых, непотребляемых — и их экономии.

Даже если, как того хотел Маркс, мы будем опираться на объективную данность, т. е. товар, то все же придется констатировать, что парадигма субъект-труд себя исчерпала, поскольку товар является не материальным воплощением времени, потраченного рабочим, а кристаллизацией,

<sup>32</sup> G. Tarde, *Psychologie Économique*, t. I, p. 353.

с одной стороны, событий, изобретений, знаний и, с другой, повторяющихся действий множества видов субъективности (в какой-то степени эти действия можно рассматривать как разновидности изобретений).

\*\*\*

В обществах контроля открывающиеся альтернативы еще более радикальны и драматичны чем те, что были возможны в дисциплинарных обществах. И прежде всего потому, что капиталистические миры открывают нам «жалкие возможности существования» (*possibilités de vie ignobles*). Различные уклады жизни, стремительный рост числа возможных миров — все это, в сущности, вариации *одного и того же*, капиталистическое мировоззрение стремится усреднить личность, подавить индивидуальность. Создание возможностей перестает быть открытым для непредсказуемых событий и следует логике роста стоимости капитала; субъективация не отсылает к бесконечным в своей чудовищности порождениям человеческой души; это субъективация белого человека среднего класса, в карикатурной и преступной форме выражаемая неоконсерваторами нынешней американской администрации. Основой и ориентиром общества контроля является средний человек, усредненные желания и убеждения большинства, т. е. «мажоритарный» подход к субъективности.

Вместе с тем западный образ жизни (*American Way of Life*) не может навязать себя всему миру, ибо это повлекло бы за собой глобальную экологическую катастрофу. Капитализм уже не может предъявлять себя как универсальный строй, его собственный уклад налагает ограничение на способность к экспансии. Западные страны не могут, подобно американцам после Второй мировой войны, навязать всему миру план Маршалла вместе со своим образом жизни. Любая попытка экстраполяции вызовет радикальное сопротивление. Если не пересмотреть *American Way of Life*, то останется лишь готовиться к бесконечно долгой войне. Сравнения с древнеримским империализмом часто вводят в заблуждение, ведь война готовится здесь не ради мира, а ради того, чтобы сохранить западный образ жизни в ущерб остальным жителям планеты.

Капитализм как создатель образов жизни, как ловушка для возможных миров, является антипродуктивной силой, разрушающей интеллектуальную кооперацию и условия — в том числе биологические — ее существования. Прежде всего он разрушает силу, создающую и воспроизводящую индивидуальные и коллективные особенности, так как продолжает измерять в единицах труда процесс создания различия и повторения. Безработица, неустроенность, бедность не обусловлены нехваткой труда (рабочих мест), но являются формами разрушения кооперации умов, наносящими ущерб субъективным условиям социального процесса различия и повторения. Дело идет не просто о занятости, но о виртуальной творческой способности любого индивида, от индейца Чьяпас до западного профессора.

Намерения их очевидны — уничтожить гения. Все было бы ничего, если бы это касалось только гения. Но речь идет о нашей индивидуальной неповторимости, индивидуальной гениальности, само существование которой ставится под угрозу. Ведь все мы в какой-то степени, безвестные или знаменитые, подражая, изобретаем, совершенствуем, видоизменяем, и нет среди нас никого, кто бы не оставил свой след, глубокий или едва заметный, в своем языке, искусстве, своей религии, науке<sup>33</sup>.

Парадигма труда или занятости узаконивает присвоение (в основном, бесплатное) множества отношений в мире, игнорируя отличия между трудом и тем, что трудом не является, между трудом и жизнью; с другой стороны, она организует и узаконивает распределение доходов, непосредственно связанное с выполнением работы и подчинением деятельности частному или государственному хозяину.

Отныне производство прибавочной стоимости объясняется уже не только эксплуатацией труда, но заключается в несоответствии между хищнической природой богатства, созданного многообразием видов субъективности в их взаимодействии, и его распределением, которое диктуется трудом и занятостью.

Вопрос не в том, чтобы утверждать, что труду пришел конец, или, напротив, что все трудятся, а в том, чтобы изменить критерии оценки, изменить взгляд на «ценность ценности», как того хотел более ста лет назад Ницше в своей *Генеалогии морали*.

Современный капитализм уничтожает интеллектуальную кооперацию также и в том смысле, что превращает творческую деятельность в «загрязнение умов» (*pollution des cerveaux*), по выражению Феликса Гваттари<sup>34</sup>. Капиталистический способ «актуализировать» публику, коллективное восприятие и разум приводит к результатам, противоположным желаемым, поскольку, подчиняя совокупность желаний и взглядов приоритетам повышения прибыли, он угнетает, стирает, стереотипирует субъективность, предлагая нам целый спектр возможностей от гламура «роскошной субъективности» до нищеты «субъективности отбросов». Эти антипродуктивные функции загрязняют умы, потому что затрагивают непосредственно ощущения, чувства, живое, иными словами, память.

*Перевод Людмилы Фирсовой*

### *Библиография*

Deleuze G., *Pourparlers*, Minuit 1990.

Dyer-Whiteford N., “Sur la contestation du capitalisme cognitif : composition de classe de l’industrie des jeux vidéo et sur ordinateur”, *Multitudes* 10 (2002).

<sup>33</sup> G. Tarde, “La sociologie”.

<sup>34</sup> F. Guattari, *Les trois écologies*, 1989.

- Guattari F., *Les trois écologies*, Galilée 1989.
- Laidi Z., “La propriété intellectuelle à l’âge de l’économie du savoir”, *Esprit* (2003) 128.
- Lazzarato M., *Puissances de l’invention. La psychologie économique de Gabriel Tarde contre l’économie politique*, Les Empêcheurs de penser en rond, 2002.
- Rolnik S., “L’effet Lula, politiques de la résistance”, *Chimères* 49 (2003).
- Tarde G., “Darwinisme naturel et darwinisme social”, *Revue philosophique* XVII (1884).
- Tarde G., “La sociologie”, in *Études de psychologie sociale* 1898.
- Tarde G., *Essais et Mélanges sociologiques*, [Lyon : Storck & Masson 1895].
- Tarde G., *L’Opinion et la Foule*, [Félix Alcan 1901, сборник статей опубликованных в 1893–99 гг.] PUF 1989. [Общественное мнение и толпа, М.: изд-во Т-ва тип-ии Мамонтова 1902].
- Tarde G., *La Criminalité comparée*, [Félix Alcan 1896] Les Empêcheurs de penser en rond, 2004. [Изд-во Сытина 1907].
- Tarde G., *La Logique sociale*, [Félix Alcan 1895] Les Empêcheurs de penser en rond 1999. [Социальная логика, СПб: Тип-я Эрлиха. 1901; пер. М. Цейтлин, СПб: Соц.-психол. центр 1996].
- Tarde G., *Les Lois de l’imitation*, [Félix Alcan 1890, Kimé 1993] Les Empêcheurs de penser en rond 2001.
- Tarde G., *Les Lois sociales*, [Félix Alcan 1898] [Социальные законы. Личное творчество среди законов природы и общества, пер. А. Ф. под ред. и с предисл. Л. Е. Оболенского, СПб 1900].
- Tarde G., *Les transformations du pouvoir*, [Félix Alcan 1899] Les Empêcheurs de penser en rond 2003.
- Tarde G., *Monadologie et sociologie*, [впервые опубликована в виде статьи в *Revue internationale de Sociologie*, 1893, затем включена в *Essais et Mélanges sociologiques*, 1895] Les Empêcheurs de penser en rond 1999, présenté par E. Alliez, postface de M. Lazzarato.
- Tarde G., *Psychologie économique*, [Félix Alcan 1902], Les Empêcheurs de penser en rond 2002.
- Zarifian Ph., “Contrôle des engagements et productivité sociale”, *Multitudes* 17 (2004).
- Zarifian Ph., *À quoi sert le travail ?*, La Dispute 2003