

Глава 2

ЗНАНИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В этой главе мы обсудим концепцию и характеристики предпринимательства. Эта концепция имеет фундаментальное значение для австрийской школы, являясь смысловым центром ее экономического анализа. Поэтому необходимо проанализировать сущность предпринимательства и экономическую роль знаний, порождаемых предпринимателями, действующими в условиях рынка. Это единственный путь к пониманию координирующей роли динамических рыночных процессов и исторического развития австрийской экономической школы, детальному анализу которой посвящены следующие главы.

2.1. Определение предпринимательства

Согласно австрийцам, предпринимательство — в самом общем смысле — совпадает с *человеческой деятельностью*. Другими словами, в действиях любого человека, направленных на то, чтобы изменить настоящее и достичь своих целей в будущем, содержится элемент предпринимательства. Хотя на первый взгляд это определение может показаться слишком широким и не соответствующим обычному словоупотреблению, давайте вспомним, что оно отлично согласуется с исходным этимологическим значением термина «предприятие» (исп. *empresa*). Как испанское слово *empresa*, так и его французский и английский аналоги *entrepreneur* этимологически происходят от латинского глагола *inprehendo-endi-ensum*, который означает *обнаруживать, видеть, воспринимать, осознавать, схватывать*; а латинский глагол *inprehensa* переводится как *взять, захватить*. Короче говоря, *empresa* — синоним действия. Во Франции термин *entrepreneur* издавна выражал эту идею, фактически со времен Высокого Средневековья, когда так именовали

людей, отвечающих за реализацию важных проектов, как правило связанных с войной, или за возведение огромных кафедральных соборов. Словарь Королевской академии испанского языка предлагает такое значение слова *empresa*: «отважно взятое на себя тяжелое и трудное дело». Слово *empresa* тоже вошло в обиход в Средние века; так называлась эмблема некоторых рыцарских орденов, означавшая, что они дали обет осуществить некое значимое *деяние*. Концепция предприятия как действия необходимо и нераздельно связана с *предприимчивостью*, которая представляет собой постоянную готовность искать, открывать, создавать или выявлять новые цели и средства (и все эти значения соответствуют вышеупомянутому этимологическому значению глагола *in prehendō*).

Предпринимательство, в строгом смысле слова, по существу состоит в открытии и восприятии (*prehendo*) возможностей достижения цели или получения выгоды или прибыли и в осуществлении действий для использования этих возможностей, возникающих в нашем окружении. Кирцнер полагает, что проявление предпринимательства связано с особой *настороженностью*, т.е. постоянной *бдительностью*, позволяющей человеку открывать и схватывать то, что происходит вокруг (Kirzner 1973, 65, 69; Кирцнер 2007, 71, 76). Возможно, Кирцнер использует английский термин *alertness* (бдительность, настороженность), потому что слово *entrepreneurship*, позаимствованное из французского языка, не говорит английскому уху об идее *prehendo*, в отличие от романских стран Европейского континента (на французском *entreprenante* означает «предприимчивый, смелый». — *Перев.*). В любом случае испанское прилагательное *perspicaz* (проницательный, прозорливый) вполне соответствует предпринимательству, поскольку, как сообщает «Словарь» Королевской академии испанского языка, обозначает «проницательность и предусмотрительность». Кроме того, термин *speculator* (спекулянт, мыслитель) этимологически восходит к латинскому слову *specula* — так называли смотровые башни, позволявшие издали видеть все, что приближается.

Эти значения полностью соответствуют тому, что делает предприниматель, когда решает, какие действия нужно предпринять, оценивает их будущий эффект и осуществляет их. Хотя выражение *el estar alerta* (исп. «быть настороженным, бдительным». — *Перев.*) также может служить приемлемым обозначением предпринимательства, поскольку передает идею внимания или настороженности, оно, пожалуй, подходит меньше, чем *perspicaz*, потому что явно предполагает более статичный подход.

2.2. Информация, знание и предпринимательство

Чтобы полностью постичь природу предпринимательства в интерпретации австрийской школы, сначала нужно понять, каким образом предпринимательство модифицирует или изменяет *информацию* или *знания* действующего субъекта. Создание, восприятие или осознание новых целей и средств предполагает модификацию знаний действующего субъекта в том смысле, что он обнаруживает информацию, которой прежде не обладал. Более того, это открытие модифицирует всю карту или контекст информации или знаний, которым обладает действующий субъект. Зададимся следующим фундаментальным вопросом: какие характерные черты информации или знания имеют значение для проявления предпринимательства? Ниже будут подробно рассмотрены шесть основных, с точки зрения австрийцев, характеристик предпринимательского знания: 1) это знание не научное, а *субъективное* и практическое; 2) это знание *эксклюзивное*; 3) оно *рассеяно* среди всех людей; 4) это знание, преимущественно *неявное*, а потому неартикулируемое; 5) это знание, создаваемое *ex nihilo*, из ничего, именно благодаря проявлению предпринимательства; 6) это знание, которое может *передаваться*, по большей части неосознанно, посредством чрезвычайно сложных социальных процессов, которые представители австрийской школы считают настоящим предметом экономических исследований.

2.3. Знание не научное, а субъективное и практическое

Анализируемое нами знание, имеющее ключевое значение для человеческой деятельности, прежде всего имеет не научный, а субъективный и практический характер. Практическим является любое знание, которое не может быть представлено в формализованном виде, а приобретается на практике, т.е. в ходе деятельности, осуществляемой в различных ситуациях. Как отмечает Хайек, это знание жизненно важно во всех практических обстоятельствах, или во всех субъективных координатах места и времени (Hayek 1948, 51, 91; Хайек 2000, 67, 101). Короче говоря, речь идет о знании, имеющем форму конкретных человеческих оценок, об информации относительно целей, которые преследует действующий субъект, и тех целях, которые, по его мнению, преследуют другие. Это знание состоит также из практической информации о средствах, которые, по мнению действующего субъекта, доступны ему и помогут в достижении его целей, особенно информация обо всех условиях, личных или прочих, которые, как полагает действующий субъект, могут быть существенными в контексте любого конкретного действия.

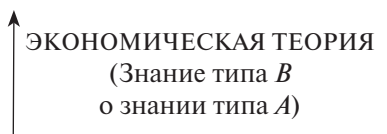
Отметим и то, что первым на различие между «практическим знанием» и «научным знанием» указал Майкл Оукшот (Oakeshott 1991, 12, 15). Наблюдение Оукшота соответствует различию, которое провел Фридрих Хайек между «рассеянным знанием» и «централизованным знанием», Майкл Полани — между «неявным знанием» и «артикулированным знанием» (Polanyi 1959, 24—25), а Людвиг Мизес — между знанием об «уникальных событиях» и знанием о поведении всего «класса явлений» (Мизес 2005, 103—108). В таблице 2.1 представлены подходы этих четырех авторов к двум основным типам знания.

Взаимосвязь двух видов знания сложна. Все научное знание (тип *B*) покоится на фундаменте неявного, неартикулируемого знания (тип *A*). Более того, научный и технический прогресс (тип *B*) непосредственно ведет к новому, более продуктивному и действенному практическому знанию

Таблица 2.1

Два разных типа знания

	Тип <i>A</i>	Тип <i>B</i>
Оукшот	Практическое (Традиционное)	Научное (или Техническое)
Хайек	Рассеянное	Централизованное
Полани	Неявное	Артикулированное
Мизес	Об «уникальных событиях»	О «классах событий»



(тип *A*). Точно так же экономическая наука сводится к накоплению знаний типа *B* (научных) о процессах создания и передачи практических знаний (тип *A*). Теперь ясно, почему Хайек утверждает, что для экономики как науки главный риск заключается в опасности того, что, поскольку экономическая теория состоит в теоретизировании относительно знания типа *A*, люди могут прийти к убеждению, что те, кто им владеет (ученые-экономисты или социальные инженеры), каким-то образом имеют доступ к конкретному содержанию практического знания типа *A*, которое люди постоянно создают и используют на предпринимательском уровне. Они могут даже дойти до полного пренебрежения конкретным содержанием практического знания, что столь справедливо критиковал Оукшот, полагавший, что самой опасной, чрезмерной и ошибочной версией рационализма является «утверждение, что знание, названное мною практическим, вообще не является знанием, что, собственно говоря, нет такого знания, которое не является техническим знанием» (Oakeshott 1991, 15).

2.4. Эксклюзивное, рассеянное знание

Практическое знание рассеяно и эксклюзивно. Это означает, что каждый из участников владеет лишь несколькими

«атомами» или «битами» всей созданной в обществе и переданной информации и что, парадоксально, этими битами владеет только он или, иными словами, только он имеет к ним доступ и в состоянии дать им сознательное истолкование. Следовательно, каждый, кто действует и практикует предпринимательство, делает это глубоко *личным и неповторимым* образом, так как начинает со стремления достичь определенные цели, которые соответствуют видению мира и совокупности знаний о нем, которыми во всем их богатстве и разнообразии нюансов располагает только он и которыми в точно таком же виде не может обладать никто другой. Вот почему знание, о котором мы говорим, не является *данным* и доступным для всякого, кто имеет доступ к материальным средствам хранения информации (таким как газеты, журналы, книги, статистика, компьютеры и пр.). Напротив, знание, имеющее ключевое значение для человеческой деятельности, является чисто предпринимательским, практическим и строго эксклюзивным и может быть «найдено» только *распыленным* по умам всех тех, кто, действуя по-предпринимательски, составляет общество и движет его вперед.

2.5. Неявное неартикулируемое знание

Практическое знание — это преимущественно знание неявное и неартикулируемое. Это означает, что человек знает, как выполнять определенные действия (*знать как*), но не в состоянии выявить элементы или части того, что он делает, не в силах сказать, правильны они или нет (*знать что*). Например, когда кто-то учится играть в гольф, он не изучает набор объективных, научных правил, позволяющих с помощью формул математической физики выполнять правильные движения. Нет, процесс обучения заключается в приобретении ряда *практических навыков поведения*. Можно еще вслед за Полани привести в качестве примера человека, который учится ездить на велосипеде и пытается поддерживать равновесие, слегка поворачивая руль в ту сторону, куда он начинает падать, благодаря чему возникает центробежная сила, удерживающая велосипед прямо, но почти ни один

велосипедист не думает о физических силах, удерживающих его в седле, да многие вряд ли даже слышали о них. Напротив, каждый велосипедист обычно использует свое чувство равновесия, которое каким-то образом подсказывает ему, что делать в каждый данный момент, чтобы не упасть. Пола-ни доходит до утверждения, что неявное знание на деле является *господствующим принципом любого знания* (Polanyi 1959, 24—25). Даже самое формализованное научное знание непременно вытекает из интуиции или творческого акта, представляющего собой всего лишь проявление неявного знания. Более того, новое знание, приобретаемое нами из формул, книг, графиков, карт и т.п., имеет значение только потому, что помогает нам перестраивать — с новых и все более богатых и ценных точек зрения — всю имеющуюся у нас структуру практической, предпринимательской информации, а это в свой черед открывает новые возможности для проявления творческой интуиции. Поэтому невозможность выразить словами (артикулировать) практическое знание проявляется не только «статически» — т.е. в том смысле, что любое вроде бы явно сформулированное (артикулированное) утверждение оказывается содержательным лишь в той мере, в какой оно истолковывается в свете предшествующих ему неартикулируемых представлений и знаний, — но и «динамически», поскольку мыслительный процесс, задействованный при каждой попытке формального артикулирования, сам является неявным и неартикулируемым знанием.

Другой тип знания, которое не может быть артикулировано и играет ключевую роль в функционировании общества, состоит из комплекса *привычек, традиций, институтов, правовых и моральных правил*, образующих право, которые делают возможным существование общества и которым люди учатся следовать, будучи не в состоянии детально их сформулировать и теоретически объяснить функцию, исполняемую этими правилами и институтами в различных ситуациях и социальных процессах. То же самое можно сказать о *языке*, а также, например, о *финансовом учете и учете издержек*: предприниматели используют их в своих экономических расчетах, помогающих выбирать направление

деятельности и представляющих собой всего лишь набор знаний или практических приемов, без которых предпринимателям не обойтись при выборе ориентиров для достижения своих целей в условиях рыночной экономики; при этом подавляющее большинство предпринимателей не в состоянии сформулировать научную теорию учета, не говоря уж о том, чтобы объяснить его роль в замысловатых процессах координации, делающих возможными экономическую и социальную жизнь. Поэтому можно заключить, что предпринимательство, как его понимают экономисты австрийской школы (т.е. врожденная способность обнаруживать и воспринимать возможности получения прибыли и обдуманно их использовать), эквивалентно знанию, которое по существу является неявным и неартикулируемым.

2.6. Творческая природа предпринимательства

Для предпринимательства предпринимательства не нужно никаких средств. Это означает, что предпринимательство не требует никаких издержек, а потому является творческим занятием. Творческий аспект предпринимательства воплощен в производстве определенного типа прибыли, которая в некотором смысле возникает из ничего, которую мы будем называть *чисто предпринимательской прибылью*. Для извлечения предпринимательской прибыли не нужно предварительно обладать средствами, достаточно хорошо осуществлять предпринимательство.

Особенно важно подчеркнуть, что любой акт предпринимательства порождает три чрезвычайно важных эффекта. Во-первых, предпринимательство *создает* новую информацию. Во-вторых, эта информация *передается*, распространяясь по рынку. В-третьих, акт предпринимательства *учит* каждого из участников рынка подстраивать свое поведение к потребностям других. Эти последствия предпринимательства, аналитически сформулированные авторами, принадлежащими к австрийской школе, настолько важны, что стоит подробнее остановиться на каждом из них.

2.7. Создание информации

Каждый акт предпринимательства ведет к созданию из ничего новой информации или знания. Акт творения происходит в голове того, кто первым проявил предпринимательство. Действительно, когда человек, которого мы будем называть *C*, осознаёт существование прибыльной возможности, в его уме возникает новая информация. Более того, когда *C* начинает действовать, вступая в контакт, например, с *A* и *B*, дешево покупая у *B* ресурс, которого у того в избытке, а потом по более высокой цене перепродавая его *A*, которому это нужно позарез, в головах *A* и *B* также возникает новая информация. *A* осознаёт, что ресурс, которого у него не было и без которого он не мог достичь своей цели, есть где-то на рынке и его больше, чем он полагал раньше, а потому теперь он может сделать то, за что раньше не брался из-за отсутствия этого ресурса. Со своей стороны, *B* начинает понимать, что ресурс, которого у него было в избытке и которого он не ценил, остро нужен кому-то, а потому его нужно беречь и защищать, поскольку его можно продать по хорошей цене.

2.8. Передача информации

Создание информации в ходе проявления предпринимательства предполагает ее *передачу* и распространение по рынку. В самом деле, передать что-то кому-то значит побудить этого человека создать в уме часть информации, которую другие открыли или создали до него.

Строго говоря, наряду с тем, что вышеприведенный пример включает передачу *B* идеи о важности имеющегося у него ресурса и необходимости его беречь, а до *A* доходит идея, что он может начать двигаться к своей цели, чего прежде не делал ввиду отсутствия нужного ресурса, в сообщении было и еще кое-что. По сути дела, соответствующие рыночные цены, представляющие собой чрезвычайно мощную систему передачи [информации], так как они сообщают огромный объем информации с очень низкими издержками, распространяя последовательными волнами по всему

рынку или обществу сообщение о том, что данный ресурс следует беречь и расходовать экономно, так как на него есть спрос, и в то же время все те, кто воздерживался от определенных действий, полагая, что этого ресурса нет на рынке, могут его получить и заняться воплощением своих планов. Вполне логично, что критически важная информация всегда субъективна и не существует вне круга людей, способных ее открыть или понять, так что всегда только люди создают, воспринимают и передают информацию. Ошибочная идея об объективном характере информации вытекает из того факта, что часть субъективной информации, создаваемой в ходе акта предпринимательства, «объективно» выражена в знаках (ценах, институтах, правилах, «фирмах» и пр.), которые могут быть открыты и в контексте своей деятельности субъективно истолкованы многими, способствуя тем самым созданию новой, еще более богатой и сложной субъективной информации. Но, вопреки видимости, передача социальной информации — это дело субъективное и неявное; иначе говоря, информация не сформулирована в явном виде и передается в крайне урезанном виде. (На деле субъективно передается и воспринимается только минимальный объем информации, необходимый для координации социального процесса.) И это дает людям возможность наилучшим образом использовать ограниченные способности своего ума для постоянного создания, открытия и передачи новой предпринимательской информации.

2.9. Обучающий эффект: координация и приспособление

Наконец, следует обратить внимание на то, как люди — социальные агенты — учатся в своих действиях подстраиваться друг к другу. Например, *B* — в результате предпринимательского действия, осуществленного *C*, — перестает безрассудно транжирить имеющийся у него ресурс и, действуя в собственных интересах, начинает его экономить. Поскольку *A* теперь может рассчитывать на получение этого ресурса, у него появляется возможность достичь своей цели, и он приступает

ет к действиям, от которых прежде воздерживался. Таким образом, оба учатся действовать *согласованно*, иными словами, контролировать себя и действовать с учетом потребностей другого. Более того, оба учатся этому наилучшим образом: *не отдавая себе отчета в том, что они учатся, и motu proprio**, т.е. добровольно и в рамках плана, в котором каждый преследует собственные цели и интересы. Именно в этом *суть* простого, эффективного и удивительного процесса, делающего возможной жизнь в обществе. Отметим также, что предпринимательское действие *C* не только сделало возможной отсутствовавшую прежде согласованность действий *A* и *B*, но и позволило им осуществлять *экономический расчет* своей деятельности, используя данные или информацию, которая прежде была для них недоступна, а теперь повышает их шансы на успешное выполнение собственных планов. Короче говоря, именно порождаемая в процессе предпринимательства информация и делает возможным экономический расчет, понимаемый как любое ценностное суждение относительно альтернативных курсов действий. Иными словами, без свободы предпринимательства в условиях рыночной экономики информация, необходимая каждому для оценки альтернативных решений, не создается. Если совсем коротко: *в отсутствие предпринимательства экономический расчет невозможен*. Это не только один из важнейших выводов, вытекающих из экономического анализа австрийской школы, но и ядро теоремы о невозможности экономического расчета при социализме, открытой Мизесом и Хайеком, к чему мы вернемся в следующих главах.

Вышеизложенные наблюдения чрезвычайно важны для общественных наук и позволяют заключить, что предпринимательство, вне всякого сомнения, — главнейшая из социальных функций, поскольку делает возможной жизнь людей в обществе, обеспечивая взаимное приспособление и согласование поведения его членов. Без предпринимательства нельзя представить даже само существование общества.

* По своей воле (лат.). — Прим. перев.

2.10. Основной принцип

В соответствии с теоретической логикой австрийской школы по-настоящему важно не то, кто именно занимается предпринимательством (хотя на практике важно именно это), а существование ситуации, в которой отсутствуют правовые или институциональные ограничения на занятие предпринимательством, так чтобы каждый был волен наилучшим образом использовать свои предпринимательские способности для создания новой информации и использования эксклюзивной практической информации, которую он открыл в любой конкретной ситуации. Поэтому во все не случайно, что в политическом плане большинство австрийских теоретиков — философы-либертарианцы, глубоко преданные делу защиты нерегулируемой рыночной экономики.

Изучение глубинных истоков внутренней силы, которая побуждает людей во всех областях действовать по-предпринимательски, — задача не экономиста, а, скорее, психолога. Мы же просто подчеркнем основной принцип: *людям свойственно находить информацию, которая их интересует; следовательно, если они вольны достигать своих целей и действовать в собственных интересах, и то и другое выступает в роли стимулов, побуждающих их демонстрировать предприимчивость и постоянно находить и воспринимать практическую информацию, необходимую для достижения их целей.* Обратное также верно. Если по каким-то причинам возможности проявлять предприимчивость сужены или просто закрыты в определенных областях социальной жизни (в результате правовых, институциональных или традиционных ограничений или вследствие государственного вмешательства в экономику), люди даже не будут рассматривать возможность достижения целей *в запрещенных или закрытых областях, а поскольку цели окажутся недостижимыми, они не будут служить стимулами для восприятия или обнаружения информации, важной для их достижения.* Более того, при подобных обстоятельствах даже не возникнет представления об огромной ценности и многообразии целей, ставших

недостижимыми из-за этих институциональных ограничений (интервенционизма или социализма).

Наконец, давайте не забывать, что, как действующий субъект, каждый человек обладает неким количеством *битов* практической информации, которую, как мы видели, он склонен находить и использовать для достижения своей цели. Несмотря на социальный контекст, этой информацией обладает только действующий субъект; иными словами, только он осознанно ею владеет и сознательно ее интерпретирует. Ясно, что мы не имеем в виду информацию, публикуемую в журналах, книгах и газетах, хранимую в компьютерах, собираемую для статистики и т.п. Для общества значение имеет только та информация или знание, которую в некий конкретный исторический момент кто-либо осознал, пусть даже неявным образом. Поэтому всякий раз, когда человек действует и проявляет предприимчивость, он делает это характерным — личным и неповторимым — образом, отражающим его попытку реализовать какую-то цель или собственное видение мира, что и служит для него стимулом и чем — в данной конкретной форме и в данных обстоятельствах — обладает только он один. *Сказанное выше позволяет каждому человеку приобретать — в соответствии с собственными целями и конкретными обстоятельствами — определенное знание или информацию, которые в идентичной форме недоступны восприятию никакого другого человека.*

Отсюда следует, что чрезвычайно важно не пренебрегать ничьими предпринимательскими способностями. Даже самые непритязательные, находящиеся на самых низких ступенях социальной лестницы и не получившие никакого формального образования люди являются эксклюзивными обладателями по крайней мере нескольких битов знания и информации, которые могут иметь решающее значение для хода общественных событий. Если исходить из этого, очевидно, что наша концепция предпринимательства чрезвычайно гуманна; она делает экономическую теорию, в том виде, как ее понимали и развивали члены австрийской школы, главной гуманитарной наукой.

2.11. Конкуренция и предпринимательство

Слово *competition* (англ. конкуренция) этимологически происходит от латинского *cum petitio* (одновременное наличие нескольких претендентов на получение некой вещи, которая должна быть возвращена владельцу*), состоящего из двух частей: *cum* — «вместе» и *petere* — «требовать, нападать, добиваться». Словарь *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary* (11-е изд.) определяет конкуренцию как «состяжание между соперниками». Таким образом, конкуренция представляет собой *динамический процесс соперничества*, а не так называемую «модель совершенной конкуренции», в которой многочисленные участники делают одно и то же и все продают по одинаковой цене, так что парадоксальным образом складывается ситуация, в которой никто не конкурирует (Huerta de Soto 1994, 56—58).

По самой своей природе и по определению, предприниматель всегда *настроен на конкуренцию*. Это означает, что, когда такой человек обнаруживает определенную прибыльную возможность и использует ее, эта возможность, как правило, исчезает, и никто другой уже не может ее увидеть и использовать. В то же время, если человек не полностью раскроет возможность получения прибыли или, полностью открыв возможность, воспользуется ей лишь частично, тогда часть этой возможности будет в скрытом виде ждать появления тех, кто сумеет ее обнаружить и использовать. Таким образом, общественный процесс носит ярко выраженный конкурентный характер в том смысле, что разные действующие субъекты *конкурируют* между собой, осознанно или нет, за то, чтобы первыми обнаружить и использовать возможности получения прибыли.

Каждый акт предпринимательства обнаруживает, координирует и устраняет социальные рассогласованности, а конкурентная по сути своей природа предпринимательства делает невозможным для любого другого действующего

* В русской литературе в XIX в. ситуация конкуренции (соперничества) описывалась словом «совместничество». — *Прим. ред.*

субъекта еще раз выявить и устранить рассогласованности, которые уже были обнаружены и согласованы. Возможно ошибочное мнение, что движимый духом предпринимательства общественный процесс может утратить энергию и остановиться или исчезнуть, когда предприниматели вскроют и исчерпают все существующие возможности координации общественных процессов. *Однако предпринимательский процесс внесения координации в жизнь общества никогда не останавливается и не будет исчерпан.* Причина в том, что каждый существенный акт координации представляет собой создание и передачу новой информации, которая неизбежно изменяет общее восприятие целей и средств у всех предпринимателей, которых он затрагивает. Это изменение в свою очередь приведет к появлению неограниченного числа новых рассогласованностей и новых возможностей получения прибыли, и этот динамический процесс будет безостановочно шириться и обеспечивать постоянное развитие цивилизации. Иными словами, предпринимательство, обеспечивая координацию рассогласованного поведения людей, не только делает возможной жизнь в обществе, но и способствует развитию цивилизации, непрерывно содействуя созданию новых целей и нового знания, которые волнами расходятся по всему обществу. Более того, *создавая возможности для того, чтобы при любых исторических обстоятельствах это развитие было настолько скоординированным и гармоничным, насколько это в человеческих силах,* предпринимательство выполняет очень важную функцию, потому что рассогласованность, непрерывно порождаемая ходом развития цивилизации и в результате появления новой предпринимательской информации, оказывается выявленной и устраненной предпринимательским напором самой человеческой деятельности. Иными словами, предпринимательство — это сила, объединяющая общество и делающая возможным его гармоничное развитие, поскольку вносит координацию в рассогласованности, неизбежно порождаемые этим процессом развития.

Таким образом, процесс предпринимательства вызывает своего рода непрерывный социальный «Большой взрыв», делающим возможным *безграничный* рост знания. Как мы

уже видели, представители австрийской школы предложили в качестве альтернативы неоклассических моделей общего или частичного равновесия парадигму, основанную на «общем динамическом процессе» или «социальном Большом взрыве», обеспечивающую постоянную и скоординированную экспансию. Более того, было даже подсчитано, что предел расширения знаний на Земле составляет 10^{64} бит (Ваггов and Типлер 1986, 658—677), так что открывается возможность раздвинуть считавшиеся реалистичными физические пределы роста в более чем в 100 миллиардов раз. Те же авторы математически продемонстрировали, что, выйдя в космос, человеческая цивилизация сможет *безгранично* расширять знания, богатство и население. Эти расчеты опираются на главные достижения австрийской школы в целом и Хайека в частности. Типлер заключает: «Невежественными в экономической теории физиками было написано много вздора о физических границах экономического роста. Корректный анализ физических пределов роста возможен только *с учетом прозрения Хайека, что экономическая система производит не материальные вещи, а нематериальное знание*» (Типлер 1988, 4—5).

2.12. Заключение: австрийская концепция общества

В заключение мы определим общество как *процесс* (т.е. динамическую структуру), который можно охарактеризовать так: *стихийный* и тем самым не являющийся продуктом сознательного замысла; *крайне сложный*, поскольку он включает миллионы и миллионы людей, отличающихся бесконечным разнообразием постоянно изменяющихся целей, вкусов, оценок и практического знания; и *образуемый взаимодействием людей* (преимущественно в форме обмена, часто на основе денежных цен и всегда в соответствии с определенными правилами, традициями или нормами поведения). Мотивом и движущей силой всех подобных взаимодействий является энергия предпринимательства, которая непрерывно *создает, открывает и передает* информацию или зна-

ние по мере того, как с помощью *конкуренции* она вносит *согласованность* и *координацию* во взаимно несогласующиеся планы разных людей, благодаря чему позволяет им сосуществовать во все более богатом и сложном окружении.

Экономическая наука должна сосредоточиться на изучении социального процесса, определенного именно таким образом. Экономисты австрийской школы убеждены, что главная задача экономической теории — анализ того, как стихийный порядок общественной жизни позволяет нам использовать гигантский объем практической информации, которая существует не в упорядоченном и консолидированном виде, а рассеяна среди миллионов людей. Предмет экономической науки — изучение этого динамического процесса, обеспечивающего открытие и передачу информации, процесса, чьей движущей силой является предпринимательство, которое согласует и координирует планы людей, чем и делает возможной жизнь в обществе. Это и только это является основной экономической проблемой, что заставляет нас крайне критично относиться к модели равновесия, изучением которой поглощены сторонники господствующей неоклассической парадигмы. Хайек полагает, что это занятие не представляет научного интереса, потому что исходит из предположения, что вся информация *дана* и, следовательно, основная экономическая проблема уже решена (Науек 1948, 51, 91; Хайек 2000, 67, 101).