

ИКОНОМИЧЕСКАТА НАУКА КАТО ПРОСТРАНСТВО / КИБЕРПРОСТРАНСТВО ЗА ОБЩУВАНЕ

**Проф. д-р ик. н. Румен Георгиев, Economic science
as a space/cyberspace for communication**

Резюме: Икономическата наука се основава на система от взаимосвързани конкретни наративи, които обикновено описват повтарящи се, типични явления. Тази система е базирана на методологичната концепция, че хипотезата предхожда моделирането просто защото моделите са резултат от наратива. За да създават ефективен наратив икономистите разчитат на използването на метафори. Добрият икономист трябва да може да използва различни метафори в общуването си с различни аудитории по такъв начин, че тези метафори да са ясно разбираеми и излаганата теза да бъде пределно ясна.

Ключови думи: методология, метафора, пространство за общуване.

1. Наративната¹ природа на икономическата наука и общуването

В икономическата наука фактографическата база е система от обвързани конкретни наративи, които описват най-често не единични, а повтарящи се (типични) явления. Това означава, че задачата на икономистите е да установят значимите закономерности, да разберат правилно причинно-следствените връзки между действия и резултати, при това като се осланят най-вече на описателния метод. Историята на икономическата мисъл е най-доброто доказателство за този феномен-умозренията предхождат моделите тъкмо защото моделирането е резултат от наратива.

Модерната наука се опитва да отнеме предимството на умозаклученията като ги замести с алгоритми или с тестване на модели, които най-добре пасват на наличните статистически данни. Един типичен пример е гравитационния модел на външната търговия, при който

¹ Подробен разказ, история с поредица от факти и събития, смислово свързани по темпорален (във времето) и причинно следствен начин.

анализът на статистическите данни демонстрира отличната способност на гравитационното уравнение на Нютон да прогнозира международните търговски потоци, но и по настоящем няма единна теория на какво се дължи това. Изобщо въпреки импулса да твърдим обратното, в икономическата наука възможностите за експерименти са силно ограничени от множество социални и политически фактори. Затова икономистите разчитат на добре познати прийоми като регресивния анализ и дескриптивната статистика, за да обработват огромни масиви от данни, които съдържат богатство от емпирически резултати, но страдат от редица недостатъци като качество и дължина на статистическите редове. Основната им слабост е че най-често е невъзможно да се определи набора от емпирични критерии, които опровергават и отклоняват теорията (модела).

Няма как да подминем и въпроса, че влиянието на наблюдателя (учения) върху обекта на наблюдение в общия случай е много силно, а това от своя страна прави прогнозиращата сила на резултатния модел слаба. С други думи ако ученият вярва в своите умозаклучения, то той би могъл, без задни мисли, да подбира данните, които по-добре подхождат на въпросния модел. И това е често срещан похват тъй като икономическата наука се базира на теории, формулирани за масови явления, а се изследват единични случаи и се търсят същностни различия в началните условия на конкретния случай от другите (масовите) случаи, които да обяснят неговите особености в отклонение от общия модел. Формулират се дисциплини за конкретни наративи, които потвърждават теорията (общия модел) или я оставят отворена за „фалшифициране“ (по терминологията на Карл Попър).

Така стигаме до огромното значение на методологията, а откъдето и на общуването, за преодоляване на възникващи разриви в логиката на аргументиране на научните изводи и експертни решения. Тъкмо на тази философия и аз съм изградил свое съвременно средство за комуникация с обществото- блогът (<http://www.rgeorgiev.com>), в който от една страна чрез популяризиране на книгите и научните си статии дефинирам методологията за достигане на конкретни, значими икономически заключения, а от друга правя опит да „прошнуровам“ базовите модели на Теорията на кризите, Теорията на конкуренцията и Теорията на решенията с конкретни икономически условия.

2. Метафорите и общуването в икономическата наука

Американският учен-икономист Доналд (Дейдра) Маккლოსки, като оценява наративния характер на икономическата наука, обосновава, че общуването в нея изцяло се състои от метафори. То е пропито

от метафори, дори когато участниците не си дават сметка за това (McCloskey, D.N. 1998). Когато един мисли в една ключова метафора, а друг в друга, взаимното проникване при общуването е минимално. Метафорите изразяват понятия от една област чрез понятия от друга област (Аристотел), а ключовите метафори в различните икономически направления са централни, концептуални схеми, евристички и катализатори на мисленето, насочващи и подбуждащи към анализи и позволяващи да се погледне по нов начин към едни или други явления.

Моделите и аналозите също са метафори, но разширени метафори, чрез които отношенията от една област се пренасят на отношенията в друга област. Те спомагат разбирането на сложни явления посредством опростяването или сравняването им с нещо вече познато. Популярни в икономическата наука са например такива ключови метафори като „икономическия човек” и „невидимата ръка” на Адам Смит и неокласиците, „времето като икономическо благо” на Гари Бекър; „поведението като игра” на Джон фон Нойман; диаграмата „търсене-предлагане” на Алфред Маршал; „когнитивни агенти” на Хърбърт Саймън и др.

Като икономист аз също използвам тези похвати. Примери на ключови метафори, имащи водещо значение за общуването по проблематиката, която ме вълнува, залегнали в съдържанието на собствения ми икономически блог са: „игра с положителна сума на резултатите” когато коментирам теми от стратегическото мислене и конкурентоспособността; „обучение и обратна връзка” когато става въпрос за делови решения и риск; релация „финансови потоци - материални потоци” когато се касае до световната криза и мястото на България в нея.

Важно за икономистите е за знаят, че превключването на мисленето от една на друга ключова метафора се облекчава, когато те са свързани с общ наратив. Горепосочените метафори, използвани в собственения ми блог са свързани най-вече с базовия наратив за човека като „локално рационален човек” в смисъл, че само в ситуации на ясен, еднозначен избор той винаги избира за себе си икономически по-доброто, а не по-лошото. Локално рационалният човек е едновременно „икономически” и „йерархически (социален) човек”. Тези му характеристики предполагат изучаване на икономическите механизми във взаимовръзка с механизмите на властта, на нейните проявления, действия и влияние върху развитието на структурите и обществото.

3. Защо съществуват разриви в общуването на икономически теми?

Общуването в повседневната икономика се базира на други метафори от тези в академичната. Осъществява се повече около отделни истории, отколкото около метафори, свързани с типични, повтарящи се явления. Целта тук е да се осмисли ежедневието и да се мотивират хората по отношение на ежедневните им занимания. За да определи кое глупост и кое не е, ученият-икономист би трябвало да може да разсъждава и в контекста на повседневната икономика, без да се ограничава в това. Тъкмо заради този свой извод в категорията „икономическа публицистика“ на собствения си блог, използвам метафори, които се различават от тези в останалите категории. Така например там намират място афоризми и анекдоти:

„Рибата се вмирисва от към главата - икономиката от към публичния сектор“, „Българската икономика - чудовище по Франкенщайн“, „Живковата „перестройка“ прерасна в комсомолска „стройка“ и др.

Категорията „икономическа публицистика“ и някои допълнителни рубрики на блога като „любими притчи“, подпомагат по-добрия контакт с читателите като ги превеждат от познатите им конвенционални или внушени от средствата за масова информация „истини“ за повседневната икономика към реалния икономически анализ на обществените отношения.

Що се отнася до политическия дискурс, то той има собствени кодекси, ценности и метафори за общуване, които са различни от тези в академичната икономическа наука. Процесът на вземане на политически решения е различен от процеса на научните и експертни решения в икономическата наука. Учените-икономисти в коридорите на властта обикновено не действат като независими изследователи и аналитици. Това е така защото целите които обслужват, а именно бързи и достатъчно политически популярни действия не предполагат задълбочено и всестранно изучаване на конкретния казус, поставен за решаване. Ситуациите, в които те действат, са специфични от гледна точка на данни, колеги и на аудитория, на която трябва да се въздейства за формиране на закони и политики. Тази особеност на икономическите решения, взимани от политици е много ясно видима в протоколите (стенограмите) по приемането на икономическите закони в седмото ВНС, и затова съм ги споделил с читателите на моя блог.

Чести са случаите на съществено въздействие на учените-икономисти при общуване с политиците по повод на технико-икономическо обосноваване на крупни инфраструктурни и други обекти. От

такъв характер са публикациите в блога през 70-те и 80-те години във връзка с внедряването на научно-технически постижения и изграждане на информационни системи.

По слабо е участието на икономическата наука при подготовката и вземането на политико-икономически решения по стратегически международни събития. Например, Беловежкото споразумение от 1991 г. между ръководителите на държавите - учредителки на СССР; Маахстрикския договор от 1992 г. с предопределянето на валутната политика и въвеждането на еврото и др.

Милтън Фридман смята, че да се опитваме непосредствено да убеждаваме политиците е загуба на време. Според него най-добрата стратегия е да насочим усилията си за формиране на обществено мнение. (Фридман, М, 2007)

4. По проблема за киберпространството при икономическото общуване.

Тъй като една от основните нишки, съставлящи настоящото изложение са принципите на които е построено моето основно средство за комуникация с широк кръг специалисти и неспециалисти – моят блог, то неминуемо тук трябва да засегнем темата за киберпространството за общуване. Електронните технологии увеличиха нашите възможности за съхраняване и извличане на знания (от перфокартите до облаците (cloud)). Интернет увеличи интензивността на неформалното общуване по икономически проблеми. Създадох се условия за непрекъснатост и стимулиране на обучението.

Благодарение на киберпространството „схватките“ в граничните територии на икономическата наука като цяло и между нейните дисциплини все повече стават част от общуването. Примери в блога могат да се разгледат в рубриката „Мнения и дискусии“.

Тук е мястото да отбележим и някои присъщи технологични ограничения, като това че спектърът от аргументации е по-малък, отколкото при говоримата реч; разум без достатъчно страсти и форми на риторика в сравнение с разговора „очи в очи“; по-ниска възможност за интуитивно вникване в данните на изследванията и др.

Тъкмо затова Пол Самюелсън казва: „Би трябвало да завиждам на новото поколение, израснало с компютъра, но аз не го правя. Никой от познатите ми млади хора засега не седи пред празен монитор, за да импровизира и експериментира така, както това прави седящият зад пианото композитор. Затова в бъдеще трябва да се появяват повече възможности. Сега по мои наблюдения компютъра за икономиста е черна кутия, в която той вкарва сурови входни данни и извлича раз-

лични обобщаващи показатели и модели. Нямайки възможност да види какво става вътре, изследователят постига по-малко интуитивно разбиране за данните, отколкото това беше в старите лоши времена” (Samuelson, 1992)

Днес, 25 години след Самюелсън, когато са налице „облачни” технологии и смарт телефони, свързани с Интернет, информацията е буквално на „върха на пръстите”. Сложностите при осмисляне на реалностите, които тя отразява, обаче, не намаляват. Нараства ролята при метафоричното мислене и общуване на инструментите на визуализацията: визуални метафори и ментални модели; визуални дискусии, графични карти и шаблони; видео и виртуални визуализации в режим онлайн и други технологии от арсенала на „визуалната” революция (www.ifvp.org).

Истина е, че информацията чрез схеми и фигури, особено цветни, се усвоява и запомня по-добре от дългите текстове. Чрез виртуалните визуални материали по-добре се предават емоциите и динамиката. Това обаче поставя въпроса за необходимостта от механизми, които да стимулират към подлагане на съмнения и обновяване на редица стари форми на мислене и аргументация при икономическото общуване.

ИЗТОЧНИЦИ

- McCloskey, D.N. 1998, *The Rhetoric of Economics*, Madison, WI: University of Wisconsin Press
- Фридман, М., Шварц А., 2007, *Монетарная история Соединенных Штатов 1867-1960* изд. „Ваклер”
- Samuelson, P.A., 1992, „My Life Philosophy: Policy Credos and Working Ways, in M. Szenberg, ed. *Eminent Economists: Their Life Philosophies*, Cambridge University Press
- International Forum of Visual Practitioners, www.ifvp.org