

3.3. ЭКОНОМИКА РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ

Козырев А.Н., д.э.н., главный научный сотрудник,
Центральный экономико-математический институт РАН

Самым дефицитным ресурсом в информационной экономике уже давно стало внимание целевой аудитории, причем ситуация усугубляется год от года. Объем ресурса не растет, а претендентов на него становится все больше. Одновременно развивается другой процесс – размещение цифровой версии статьи или книги в сети Интернет делает ее доступной для прочтения практически неограниченным кругом лиц. В этой связи представляется вполне уместным рассмотреть институт рецензирования научных публикаций с точки зрения рационального использования ограниченных ресурсов, т.е. с позиций «экономического империализма». Именно в этом смысле можно говорить об экономике рецензирования.

Апологетика бумажных изданий строится на эстетических, полумистических и просто курьезных аргументах. Кому-то приятно «взять в руки и шуршать страницами», кому-то нравится запах бумаги и клея. Самый замечательный аргумент прозвучал в 2011 году на съезде Российского книжного союза: «*Электронная книга никогда не заменит бумажную, также как резиновая женщина не способна заменить живую*» Сергей Степашин (21.04.2011).

Разумеется, Сергей Вадимович обращался к очень специфической аудитории, зал был заполнен людьми, кровно заинтересованными в сохранении бумажных изданий, это не могло не влиять на оратора. Тем не менее, аргумент получился тяжеловатым. Но, если даже у председателя Российского книжного союза не нашлось более рациональных аргументов, то с большой вероятностью их просто не существует. Что касается любителей «шуршать страницами», то современная техника книгопечатания позволяет изготавливать бумажные книги типографского качества даже в единственном экземпляре и относительно дешево. При наличии электронного варианта соответствующего качества и формата изготовление бумажного экземпляра можно рассматривать как услугу, оказываемую индивидуально и за отдельную плату. На этом вопрос о необходимости издания книги или журналов в печатном виде можно считать исчерпанным. Вместе с ним можно забыть и об ограничении объема, для электронных изданий его просто нет. А тогда сразу снижается значимость отрицательных рецензий как барьера на пути разного рода нежелательных для публикации, в том числе бессодержательных текстов. Именно это особенно важно. Впрочем, дело тут не в содержании, а именно в разном восприятии текста или изображения на экране монитора и на бумаге. Цифровая трансформация высветила это обстоятельство очень ярко, отделив контент (все, что поддается оцифровке) от носителя. Разумеется, представление контента сразу в нескольких вариантах позволяет привлечь большую аудиторию и тем самым больше внимания к контенту и к его автору, что в огромном числе случаев представляет конечную цель.

«...внимание имеет свою внутреннюю, не монетизируемую ценность. Экономика внимания – это та, где люди проводят свое личное время, привлекая внимание других, будь то разработка творческих аватаров, размещение содержательных комментариев или накопление "лайков" для фотографий своих кошек»¹ (Эстер Дайсон², 2012).

На сегодняшний день существует обширная литература, посвященная экономике внимания – attention economy (economy of attention, economics of attention). В обзорах (Почепцов, 2017; van Krieken, 2018) встречаются все три варианта написания. Первые два варианта эквивалентны по смыслу, речь идет об экономике, где внимание рассматривается как единственный или основной дефицитный ресурс (Goldhaber, 1996, 1997, 2006; Franck, 1993, 1998, 1999, 2002, 2016). Третий вариант предполагает акцент на инструментах привлечения внимания и управления им (Lanham, 2006; Hirshleifer, 2006).

Интересно рассмотреть вопрос о рецензировании с точки зрения затрат внимания и времени целевой аудитории и рецензентов, составляющих часть этой самой аудитории, причем наиболее квалифицированную (теоретически, разумеется). Рецензент выполняет работу по отсеву текстов, не соответствующих либо тематике журнала, либо его уровню, т.е. работает на целевую аудиторию, избавляя ее от просмотра «ненужных» ей текстов и концентрируя ее внимание на текстах, достойных ее внимания. При этом он тратит свое внимание и время на прочтение всех представленных ему для рецензирования текстов. А тогда возникает вопрос о соотношении издержек, который можно рассматривать и с позиций рецензента, и с позиций целевой аудитории, и с позиций других групп игроков или общества в целом.

Если смотреть на ситуацию с позиций рецензента, то она выглядит почти также непривлекательно, как приглашение на собственную казнь. Испытал это на себе, когда в течение нескольких лет выполнял обязанности внешнего рецензента для издательства. А ощущается это примерно так: в самый неподходящий момент, например в конце года, когда нужно сдавать отчеты и принимать зачеты у студентов, на тебя вдруг сваливается несколько книг, которые ты не стал бы читать даже при избытке свободного

¹ Из выступления на Конференции в честь 20-летия Российской экономической школы, которая состоялась 14-15 декабря 2012 года в Центре международной торговли в Москве

² Эстер Дайсон – генеральный директор EDventure Holdings – активный инвестор в различные стартапы по всему миру, включая Россию

времени. Но ты не только должен ознакомиться с этими книгами, но и дать компетентное заключение о целесообразности их издания (в бумажном виде). Читать в этой ситуации трудно и тошно. Дать положительное заключение всегда легче, чем отрицательное, как минимум, его легче обосновать. По этой причине дефицит времени толкает к написанию положительных рецензий, и делать это тем легче, чем меньше понимаешь в излагаемом предмете. Отсюда ослабление эффективности функций фильтра. Но это отнюдь не самый плохой вариант. Гораздо хуже, когда рецензент «режет» все, в чем он не в состоянии разобраться в силу узости кругозора и/или самоуверенности. А так тоже бывает.

Если смотреть на ситуацию с точки зрения целевой аудитории, то самая тяжелая проблема – публикация книг или статей, заметно превосходящих по сложности уровень, доступный большинству предполагаемых читателей. Если уже на стадии рецензирования видно, что книга в принципе доступна для осмысленного прочтения не более чем десятку человек, то стоит ли ее печатать в количестве нескольких сот экземпляров? При этом не факт, что именно этим людям книга будет физически доступна, поскольку бумажные книги всегда находятся в конкретном месте или нескольких таких местах, а возможные их читатели – совсем в других не менее конкретных местах. В тяжелое положение попадает и рецензент, если видит, что книга – вершина науки в конкретной близкой ему области, но читать ее некому кроме автора, рецензента и, возможно, еще двух или трех специалистов.

С рецензированием журнальных статей ситуация несколько легче, чем с книгами, так как статью прочитать проще, а потенциальных рецензентов больше. Тем не менее, те же проблемы остаются, вызывают неприятие авторов и успешно ими преодолеваются. В большинстве случаев, посмотрев оглавление англоязычного журнала и обнаружив там интересную статью, можно зайти на личную страничку автора и найти там более полный и при этом свободно распространяемый вариант той же статьи. Иначе говоря, публикация в рецензируемом журнале дает лишь статус, сохраняя при этом все издержки. Основную же функцию по донесению информации до заинтересованных специалистов выполняют предварительные публикации – drafts. Возможно, в процессе рецензирования повышается качество статьи, но и здесь есть нюансы. Автор, размещает черновой вариант статьи на своей страничке за год или два до ее публикации в журнале и просит присылать лично ему замечания. А читают ее те, кому важно время публикации, а не наличие или отсутствие в ней мелких погрешностей. Среди тех, кто в теме, таких всегда большинство.

Альтернативой практикуемому в настоящее время рецензированию научных книг и статей на стадии их подготовки к публикации может служить добровольное выборочное рецензирование после публикации. Отчасти оно существует и сейчас. Иногда на научную статью кто-то публикует рецензию, автор ему отвечает. Но это бывает достаточно редко, гораздо реже, чем в сфере художественной литературы. Так ли это правильно? Возможно, вместо анонимных рецензий на стадии подготовки к публикации следует практиковать именные авторские рецензии после публикации. С изменением структуры издержек этот вопрос назрел и даже, возможно, перезрел.

Разумеется, сопоставляя издержки рецензирования и его отсутствия на стадии подготовки к публикации и после нее, следует учесть возможности злоупотреблений. В том и другом случае они возможны, но они разные. В анонимной рецензии легче дать отрицательное заключение, чем сделать то же публично и от своего имени. Но вместе с исчезновением ограничений по объему публикуемого материала в связи с переходом к «цифре» необходимость в отрицательных рецензиях снижается. Публикации, не несущие нового научного знания, можно просто игнорировать, как и публикации, до понимания которых ты еще (или в принципе) не дорос. Зато выдающуюся публикацию, если ты такую заметил, можно отметить и рекомендовать другим. Например, в 2012 году я нашел в архиве Корнельского университета неопубликованную на тот момент статью трех молодых авторов за номером arXiv:1204.5519v1 [cs.GT] 25 Apr 2012, которую оцениваю как одну из самых выдающихся работ, когда-либо мной прочитанных за все годы. По этой статье я сделал доклад на семинаре В.М. Полтеровича, а потом В.И. Данилов сделал доклад по ней же на семинаре у В.И. Аркина. Самое поразительное то, что мы нашли в ней совершенно разные достоинства. Слушая доклад Владимира Ивановича, я был поражен тем, что он в упор не видит ценное для меня и акцентирует внимание аудитории на второстепенных вещах. Думаю, что ситуация симметрична, он тоже дивился не меньше, слушая мой доклад.

А если бы не было таких архивов, доступных из любой точки мира? А ничего, мы жевали бы банальности, понятные всем рецензентам и опубликованные в рецензируемых, возможно, очень престижных журналах. Однако по своей узкой тематике я не встречал в рецензируемых экономических журналах ни одной публикации, выходящей за рамки банальностей и ошибок (за 20 последних лет). Возможно, эта ситуация не очень типична. Но все же ...

Завершая это эссе, лишь отчасти похожее на научную статью, хочется обратить внимание читателя на бурное развитие экономики внимания как научной теории (economics of attention). Первопроходцем здесь по праву считается Герберт Саймон, обративший внимание на нарастающий дефицит внимания почти пятьдесят лет назад (Simon, 1971), когда не было интернета, а борьба за внимание носила гораздо менее ожесточенный и менее изощренный характер, хотя существовала она всегда.

Развитие цифровых технологий привело к целому ряду принципиальных изменений, в том числе, в соотношении дефицитности тех или иных ресурсов. Контент, наконец-то, стал делимым от носителя. Вместе с этим исчез дефицит места на журнальных и газетных полосах, одновременно возникло множество новых отчасти неожиданных проблем. Кризис рецензирования – одна из них.

Литература

- Почепцов Г.Г. (2017) «Это не информационная экономика, а экономика внимания» // Геополитика 04 мая 2017, 14:17 1398 Геополитика. Статья доступна по ссылке: <http://hvylyya.net/analytics/society/georgiy-pocheptsov-eto-ne-informatsionnaya-ekonomika-a-ekonomika-vnimanija.html>
- Dyson E. (2012) The Rise of the Attention Economy // Project Syndicate. Текст доступен по ссылке: <http://bit.ly/U26kBN>
- Franck, G. (1993) 'Okonomie der Aufmerksamkeit', Merkur 47(9/10): 748-61.
- Franck, G. (1998) Okonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. Munich: Carl Hanser.
- Franck, G. (1999) 'The Economy of Attention', Telepolis 7 December.
- Franck, G. (2002) 'The Scientific Economy of Attention: A Novel Approach to the Collective Rationality of Science', Scientometrics 55(1): 3-26.
- Franck, G. (2016) 'Vanity Fairs: Competition in the Service of Self-esteem', Mind & Matter 14(2): 155-65.
- Goldhaber M.H. (1997) The Attention Economy and the Net // First Day Volume 2, Number 4 - 7 April 1997. Текст доступен по ссылке: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/issue/view/79>
- Goldhaber M. H. (1996) The Value of Openness in an Attention Economy, Jun 10, 2006. Текст доступен по ссылке: https://www.edbatista.com/2006/06/michael_goldhab.html
- Hirshleifer D. (2006) Style as an attention technology // March 2006 SSRN Electronic Journal DOI: 10.2139/ssrn.890724 www.researchgate.net/publication/228137077_Style_as_an_Attention_Technology
- Lanham R.A. (2006) The economics of attention. Style and substance in the age of information. — Chicago, 2006. — 362p.
- Simon, H.A. (1971) 'Designing Organizations for an Information-rich World', pp. 37-52 in M. Greenberger (ed.) Computers, Communication, and the Public Interest. Baltimore, MD: Johns Hopkins Press.
- van Krieken R. (2018) Georg Franck's 'The Economy of Attention': Mental capitalism and the struggle for attention // Journal of Sociology 1-5. © The Author(s) 2018 Article reuse guidelines: sagepub.com/journals-permissions DOI: 10.1177/1440783318803997, journals.sagepub.com/home/jos

Козырев Анатолий Николаевич

Ключевые слова

цифровизация, цифровой формат, рецензирование

Kozyrev Anatoly, Reviewing economy

Keywords

digitization, digital format, reviewing

Abstract

The attention of target audience became the most scarce resource in information economy for a long time, and the situation is aggravated from year to year. The volume of a resource does not grow, and applicants for it become more and more. At the same time other process develops – placement of the digital version of article or book on the Internet makes it available for reading by almost unlimited circle of people. In this regard it is represented quite appropriate to consider institute of reviewing of scientific publications from the point of view of rational use of limited resources, i.e. from positions of «an economic imperialism». In this sense it is possible to speak about reviewing economy.

DOI: 10.34706/DE-2018-04-10