

Нарративная экономика

Как истории становятся вирусными и стимулируют крупные экономические события



Книга вошла в список лучших книг 2019 года по версии The Financial Times

Издание названо лучшей книгой года по версии The Economist

Книгу рекомендует Диана Койл, профессор Кембриджского университета, ранее советник Казначейства Великобритании

Роберт Шиллер – лауреат Нобелевской премии по экономике, профессор Йельского университета. Автор ряда известных книг, в том числе «Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма».

Основная идея

Автор утверждает, что популярные нарративы, становясь вирусными и превращаясь в эпидемии, могут воздействовать как на индивидуальное, так и на коллективное экономическое поведение. Понимание их механизмов может кардинально улучшить нашу способность предсказывать такие события, как финансовый кризис, экономический спад и депрессия, а также лучше готовиться к ним и эффективнее реагировать на неблагоприятные последствия.

Homo narrativus

Людам свойственно мыслить категориями историй. История нужна нам для того, чтобы объяснить устройство мира, любые значимые или тривиальные события, планировать, предвосхищать, принимать решения, разьяснять, вдохновлять. Некоторые ученые даже считают более правильным называть людей как биологический вид не *Homo sapiens*, а *Homo narrativus*. Однако, хотя истории определяют наши экономические решения, например, о том, куда и как инвестировать, сколько тратить, а также играют важнейшую роль в масштабных экономических событиях, экономисты склонны игнорировать их роль. Эту ситуацию стремится исправить Роберт Шиллер, предлагая концепцию нарративной экономики.

Шиллер называет нарративной экономикой изучение динамики популярных историй, а также их изменения с течением времени. Это, по его убеждению, должно помочь приблизиться к пониманию сути экономических флуктуаций. А экономический нарратив, по его определению, – это заразная история, способная потенциально повлиять на принятие экономических решений, например, о том, брать ли людей на работу или подождать до лучших времен, стоит ли основать предприятие или вложить деньги в спекулятивный актив. Как правило, экономический нарратив не относится к числу широко обсуждаемых историй, и чтобы его распознать, следует понять, есть ли у сюжета потенциал из-

менить экономическое поведение. В качестве иллюстрации экономического нарратива Шиллер предлагает рассмотреть историю взлета биткоина.

Легенда о биткоине

С биткоином связано целое созвездие рассказов: о полумифической фигуре Сатоши Накамото; о стремящихся к знанию молодых людях, противопоставляемых некомпетентным чиновникам; о сказочных богатствах и экономическом неравенстве; о новейших информационных технологиях; о принадлежности к будущему – и все это облечено в загадочный, непонятный для непосвященных жаргон.

Эпидемия биткоина прогрессировала как череда необъяснимых для большинства неожиданностей, пока не достигла точки, в которой стоимость этих странных денег не взлетела с нуля до \$300 млрд. Скептики видят в биткоине спекулятивный мыльный пузырь, а инвестор Уоррен Баффет назвал эту криптовалюту «приспособлением для азартных игр». Увлечение биткоином иногда сравнивают с тюльпаноманией, охватившей Голландию в XVII веке: тогда за одну элитную тюльпанную луковицу можно было купить дом. Сторонники же биткоина воспринимают такие аналогии как оскорбление.

Созданию биткоина предшествовали десятилетия исследовательских работ. Но многим ли интересна суть этой технологии? «Сталкиваясь с поклонниками биткоина, я прошу их

Пять основных мыслей

1 Экономический нарратив – это вирусная история, способная повлиять на ход экономических событий. Среди наиболее ярких нарративов последних десятилетий – история о биткоине.

2 Нарративная экономика должна интегрировать в себе разные дисциплины, как точные, так и гуманитарные, в том числе литературу.

3 Динамика распространения вирусных идей схожа с динамикой распространения эпидемии. В обоих случаях ее можно описать параболической кривой. На уровень заболеваемости и выздоровления влияет совокупность различных факторов, некоторые из которых выявить крайне сложно либо невозможно.

4 Экономические нарративы могут выполнять роль сценариев, к которым обращаются люди, не зная, что делать в ситуации неопределенности. В этом кроется одна из причин того, что многие хорошие идеи были отвергнуты: они не вписывались в апробированные кем-то сценарии.

5 Нарратив становится заразным независимо от того, насколько правдива или правильна информация, на которой он основывается. Соответственно, экономическая теория, считающаяся сейчас единственно правильной, не обязательно является таковой.

объяснить базовые концепции, лежащие в основе этой криптовалюты, но в ответ, как правило, получаю пустой взгляд. То есть теория не является краеугольным камнем нарратива, присутствует только общее понимание того, что какой-то гениальный математик или компьютерщик создал гениальную идею», – пишет Шиллер.

Рациональная составляющая играет в экономическом нарративе незначительную роль. Нарратив – это толкование событий или явлений, соединяющее в себе, помимо теории и фактов, впечатления, аналогии, ассоциации, увлечения, иные, не имеющие отношения к существу вопроса, детали, которые оставляют в человеческом мозгу определенный след. Таким образом, ожидания формируются скорее на основе некой идеализированной истории или модели, чем на оценке вероятности наступления события. К примеру, мы можем оценивать опасность, которую несет в себе зарождающийся экономический кризис, базируясь на воспоминаниях о предыдущем катаклизме, а не на логике. И практически всегда важнейшим элементом заразного нарратива являются эмоциональные факторы.

Идеология мирного анархизма

Корни эмоций, питающих эпидемию биткоина, следует искать в XIX веке – в истоках анархического движения. Одним из первых идеологию анархизма сформулировал мыслитель Пьер-Жозеф Прудон. «Высочайшая степень совершенства общества обнаруживается в единстве порядка и анархии», – писал он. Однако понадобилось около 40 лет, чтобы идеи мыслителя распространились до масштаба эпидемии. Вирус, вызывавший к эмоциям людей, крайне разочарованных властными системами, проявил удивительную устойчивость, сохранив свою возможность заражать до наших дней.

На сайте Bitcoin.org приводятся следующие слова идеолога современного анархизма Стерлина Лухана, относящиеся к 2016 году: «Битко-

ин является катализатором мирного анархизма и перехода к свободе. Эта валюта создавалась в противовес коррумпированным правительствам и финансовым институтам. Она разрабатывалась не только ради совершенствования финансовой технологии. На самом деле биткоин задумывался как финансовое оружие, как криптовалюта, призванная подрвать власть».

Хотя, как замечает Шиллер, далеко не все поклонники биткоина выразят свой энтузиазм в столь крайней форме, эта формулировка очень точно отражает суть одного из ключевых нарративов, лежащих в основе взлета

Важнейшим элементом заразного нарратива являются эмоциональные факторы

биткоина. Функционирование и криптовалют, и технологии блокчейн (выстроенного по определенным правилам электронного реестра, состоящего из непрерывной последовательной цепочки блоков) обеспечивается демократично и анонимно (и вне сферы государственного регулирования) большим количеством пользователей. Данный нарратив приобрел особый резонанс, так как стал антиподом традиционных повествований об анархистах, где последние неизменно представляли как лунатики с бомбами, способные породить только хаос и насилие. По мнению автора, биткоин стал вирусным нарративом, поскольку олицетворяет впечатляющие изобретения, которые способны создать свободное анархическое общество.

Среди прочих связанных с биткоином нарративов – ощущение принадлежности к глобальному сообществу. По словам Шиллера, мы живем в переходной период человеческой истории, когда многие из успешных людей видят себя частью космополитической культуры. Иногда государства, к которым мы принадлежим, кажутся все менее значимыми для

реализации наших амбиций. У биткойна нет национальности, и это придает ему ореол демократичности. Органичным элементом этого паннационального нарратива является идея о том, что никакое правительство не может контролировать эту криптовалюту или положить конец ее существованию. И, наоборот, старомодные бумажные деньги, как правило, с изображением выдающихся исторических фигур той или иной страны наталкивают на идею об отжившем свой век национализме – уделе лузеров. Биткойн-кошелек делает своего владельца гражданином мира, психологически свободным от традиционных макросвязей.

Мы живем в переходном периоде человеческой истории, когда многие успешные люди видят себя частью космополитической культуры

Биткойн – только один из многих экономических нарративов, однако среди всех он выделяется особой способностью передаваться от человека к человеку. Выражая дух анархизма, будучи частично тайной и частично пузырьем, этот нарратив дал возможность обычным людям (неспециалистам) стать активными участниками сюжета. А некоторые даже сделали его стержнем своей идентичности.

Человеческий элемент экономики

Шиллер обращает внимание на то, что экономисты, пытаясь понять наиболее значимые экономические события, редко фокусируются на нарративах, которые их сопровождали. Однако если исходить из того, что по своей сути экономика – это живые мыслящие люди, рассматривающие свои действия сквозь призму истории, содержащих эмоции и идеи, то по-

требность в интеграции разных перспектив (особенно точных и гуманитарных наук) становится очевидной. Таким образом, нарративная экономика должна соединить в себе практически все дисциплины, представленные в современном университете, в том числе эпидемиологию и социологию.

В последние полвека нарратив стал играть существенную роль в сфере социальных наук. В психологии, криминалистике, религиоведении, фольклористике и целом ряде иных сфер появились школы, в названии которых присутствует определение «нарративный». Их объединяет тезис о том, что большинству людей практически нечего сказать в ответ на просьбу описать их главные цели либо жизненную философию, но они буквально загораются, когда появляется возможность рассказать истории о себе (или значимых для них людях) и так показать свои ценности.

Когда антрополог Уильям О'Барр и экономист Джон Конли проводили серию интервью с менеджерами инвестиционных структур, они обнаружили одну ярко выраженную тенденцию: сотрудники охотно говорили о своей фирме и о ее ценностях. Истории, рассказываемые в разных компаниях, имели целый ряд общих характеристик, которые перекликались с мифом о творении, типичном для примитивных племен. Как правило, его героем является один человек, проявивший исключительную дальновидность и мужество, основывая племя (или, в данном случае, компанию).

Важным элементом нарративной экономики является литература (хотя, как замечает Роберт Шиллер, его коллеги-экономисты практически никогда не заходят в ту часть университетского здания, где находится подразделение, занимающееся этой дисциплиной).

Некоторые теоретики литературы, вдохновленные архетипами Карла Юнга, обнаружили повторяемость некоторых базовых элементов повествования (от сюжета к сюжету меняются только имена персонажей и обсто-

Базовые сюжеты экономических нарративов



ятельств), что позволяет предположить, что человеческий мозг может воспринимать рассказы только определенных типов. Например, Рональд Тобиас считает, что в художественной литературе есть двадцать моделей сюжетов: поиски, приключение, погоня, спасение, побег, месть, тайна, соперничество, неудачник, искушение, метаморфозы, трансформация,

взросление, любовь, запретная любовь, жертва, открытие, губительные излишества, восхождение и падение.

Еще один ученый, Кристофер Брукер, выделяет всего семь типов сюжетов: победа над чудовищем, из нищеты к богатству, поиски, путешествие и возвращение, комедия, трагедия и перерождение. Литературовед Гари Морсон и

Стоит задуматься

Какова суть главного нарратива, связанного с вашей компанией?

1

Соответствует ли ваш образ в официальном нарративе компании тому, **как вас реально воспринимают** сотрудники, партнеры, клиенты?

2

Поддержат ли вас сотрудники в реальной кризисной ситуации?

3

Следует сделать

Определить те лидерские качества, которые у вас наименее развиты.

1

Провести сессию с участием топ-менеджмента, чтобы проанализировать главный стратегический нарратив на предмет его актуальности.

2

Проанализировать, соответствует ли то, что вы декларируете, тому, что вы делаете.

3

экономист Мортон Шапиро в своей книге «Центы и чувствительность» («Cents and Sensibility») утверждают, что способность оценить и понять литературное произведение дает возможность постигнуть самую суть человеческих переживаний, что помогает усовершенствовать моделирование экономической жизни.

Эпидемии болезней и нарративов

Исследования, проводимые совместно экономистами и представителями широкого спектра дисциплин, потенциально могут революционизировать экономику, отмечает автор, добавляя, что особое значение имеют и модели, созданные эпидемиологами, которые позволяют успешно спрогнозировать траекторию распространения эпидемий, а также побороть болезнь.

Все, что нужно для остановки эпидемии, – это добиться того, чтобы уровень заражения стал ниже уровня выздоровления. Новые случаи заболевания будут все равно, однако общее число инфицированных постепенно будет опускаться до нуля. Уровень как заражения, так и выздоровления зависит от немалого количества факторов, многие из которых сложно распознать. Например, причиной спада эпидемии может быть изменение погоды, либо уменьшение числа случайных встреч между инфицированными людьми, либо и первое, и второе одновременно.

Механизм распространения как болезней, так и нарративов одинаков: чтобы эпидемия началась, уровень заражения должен превышать уровень выздоровления. Например, когда оказывается, что болезнь поражает сотни людей в городе X и при этом практически не проявляется в городе Y, то объяснение часто кроется в каком-то неочевидном факторе. В случае нарративных эпидемий все аналогично: одно-

временно могут распространяться два разных нарратива, но какие-то неприметные детали, содержащиеся в одной истории, сделают ее более заразной, чем вторая.

Среди примеров экономических эпидемий – уже упомянутый биткоин, а также биметаллизм (денежная система, при которой роль всеобщего эквивалента закрепляется за двумя благородными металлами, как правило, золотом и серебром). Обе концепции несут в себе обещание радикального изменения денежного стандарта, что должно обеспечить экономике огромную выгоду. Оба слова, «биткоин» и «биметаллизм», символизируют не только теории, но и истории о человеческих мечтах, амбициях и стремлениях. В обоих случаях огромное количество людей стали воспринимать

Способность понять литературное произведение дает возможность постигнуть самую суть человеческих переживаний, что помогает усовершенствовать моделирование экономической жизни

конкретную инновацию как нечто трендовое и прорывное. А распространение идей можно описать параболической кривой, схожей с кривой распространения инфекций. Эпидемия биметаллизма, достигнув пика в 1890-х, пошла на спад. Затем вновь напомнила о себе во времена Великой депрессии, в 1930-х, а далее практически угасла. Каким будет дальнейший ход развития эпидемии биткоина, пока предсказать невозможно.

Заражение теориями

При распространении экономических теорий также наблюдается динамика, аналогичная

упомянутой выше. Автор приводит примеры четырех известных теорий: неокейнсианской макроэкономической модели, модели мультипликатора-акселератора (модели экономических циклов), модели пересекающихся поколений и модели реального делового цикла. Каждая из этих теорий представляет собой историю, рост популярности которой можно описать эпидемиологической кривой.

В случае трех из четырех теорий (кроме модели экономических циклов) эпидемия стала очевидной более чем через десятилетие после опубликования концепции. За это время теория прошла путь от точки, когда она стала восприниматься как нечто заслуживающее внимания, до точки утверждения в качестве доминирующей и правильной концепции (хотя ни одна из них не является ни доказанной, ни опровергнутой). На протяжении этого периода теория все глубже проникала в научный мир. Эпидемия распространялась с помощью общепринятых в академической среде ритуалов (защит научных работ, семинаров, конференций и т.п.). Далее модель включалась в учебники; позже становилась предметом обсуждения в СМИ, а затем

По мнению автора, двигателем экономических флуктуаций является распространение упрощенных и легко передаваемых версий экономических нарративов. Эти идеи придают форму расплывчатым мыслям, блуждающим в головах людей.

Созвездия и галактики

Нередко наиболее значимые экономические нарративы состоят из созвездий менее заметных историй. Частично это объясняется тем, что воспринимаемая достоверность какого-то нарратива – это производная от такого же восприятия набора иных повествований, обсуждаемых на данном временном отрезке. Иначе говоря, в контексте иных нарративов он кажется более вероятным и интересным.

Нарратив может основываться на неких предполагаемых фактах, которые ни рассказчик, ни слушатель не в состоянии проверить. А некоторые истории становятся заразными, потому что содержат, как может казаться, подтверждающие факты.

Некоторые нарративные эпидемии, достигнув пика, могут заразить относительно небольшую часть, скажем 20% населения, но если именно эти 20% решают существенно сократить свои расходы, к примеру, отложив ремонт дома или покупку автомобиля, в стране может начаться экономический спад.

Отдельные созвездия историй, соединяясь в определенной точке, могут образовывать слияния нарративов. Так Роберт Шиллер называет группу нарративов, которые не воспринимаются как связанные друг с другом, но в определенной точке времени дают схожий экономический эффект и могут объяснить важные экономические события.

В книге «Нерациональный оптимизм» («Irrational Exuberance») Шиллер описывает базовые нарративы, которые, слившись на рубеже 1990-х и 2000-х, стали причиной наибольшего раздувания фондового рынка за всю историю США, за чем последовал его крах. Среди них – всемирная паутина, триумф

Двигателем экономических флуктуаций является распространение упрощенных и легко передаваемых версий нарративов

люди, не являющиеся экономистами, но гордящиеся своей эрудицией, начинали полагать, что им также следует что-то знать об этой модели. И на этом позднем этапе эпидемии теория становилась все менее заразной. Одни начинали рассматривать ее как устаревшую и неоригинальную (даже если она имела несомненную ценность), другие полностью о ней забывали.

Принципы нарративной экономики

Темп и масштаб	Нарратив может существовать десятилетиями, а может возникнуть и быстро исчезнуть.
Важность	Важные экономические нарративы редко становятся темой ежедневного обсуждения.
Воздействие	Группы идентичных нарративов гораздо важнее отдельно взятой истории.
Эффект	Значимость нарратива меняется с течением времени.
Правдивость	История становится заразной независимо от того, насколько правдива или правильна информация, на которой она основывается.
Повторяемость	Максимальную силу нарратив получает, когда историю часто повторяет большое количество людей на протяжении долгого времени.
Наполнение	Экономические нарративы становятся вирусными, если они отражают интересы, эмоции, стремления и привязанности людей.

капитализма, истории успехов в бизнесе, доминирование республиканцев, оптимистическая аналитика, новый пенсионный план, взаимные фонды, спад инфляции, расширение объема торговли, становление культуры игрового азарта.

Если мы хотим понять, почему произошло некое масштабное экономическое событие, следует составить перечень якобы не связанных между собою нарративов, которые в силу случайных обстоятельств стали вирусными примерно в одно и то же время и повлияли на ход движения экономики в одном направлении. Так мы сможем приблизиться к объяснению причин какого-то значимого сдвига в экономике, уверен автор.

Рассказ о чемодане на колесах

Не зная, как себя вести в ситуации неопределенности, люди могут мысленно обращаться к нарративам и копировать поведение их героев. Они копируют действия успешных личностей, даже если в них отсутствует логика. Шиллер уверен, что следование сценарию, созданному другими людьми, часто по-

рождает неразумное поведение. Самые ценные изобретения могут оставаться незамеченными, если они не выписываются в апробированные кем-то сценарии.

В книге «Новый финансовый порядок» («The New Financial Order») Шиллер поднимает вопрос, почему некоторые важные финансовые инновации никогда не были внедрены. В качестве объяснения он проводит аналогию с изобретением чемодана на колесах.

Считается, что прообраз этого неременного атрибута современного путешественника появился в 1972 году. Тогда Бернارد Садоу приделал колесики к дорожной сумке и снабдил ее кожаным ремешком. Хотя вещь была неудобной и при движении заваливалась на бок, это было большим шагом вперед по сравнению с необходимостью таскать тяжелые вещи в руках. К сожалению, рынок для изобретения оказался узким, и оно не получило распространения.

Однако на самом деле Садоу не был первопроходцем: схожая идея была запатентована еще в 1887 году. Как-то в руках у Шиллера оказалась статья, в которой автор описывал свою неудачную попытку наладить производство и

продажу новшества на рынок, предпринятую в 1937-м.

В начале 1990-х пилот Northwest Airlines Роберт Плат сделал для себя «Rollaboard» – чемодан с двумя колесами и телескопической выдвижной ручкой. Изобретение понравилось коллегам Плата, быстро превратилось в вирус, а затем стало эпидемией. К 1993-му появилась реклама, в которой чемодан Плата назывался выбором номер один авиакомпаний всего мира.

«Я никак не мог понять, почему сумка на колесах не стала эпидемией сразу, – пишет автор. – Единственное предположение, которое могу сделать: с изобретением Плата верх взял гламур, и вещь перестала восприниматься как нелепость... Возможно, этого было достаточно, чтобы хорошая идея, созданная столетием ранее, внезапно стала заразной».

Сюжеты и принципы нарративной экономики

Автор убежден, что идея нарративного заражения должна стать частью экономической теории, иначе один из самых реальных, осязаемых и важных механизмов экономических изменений, а также критически значимый элемент экономического прогнозирования будет продолжаться оставаться вне поля нашего внимания.

Как и в художественной литературе, число базовых сюжетов экономических нарративов ограничено. Шиллер выделяет девять таких сюжетов, которые чаще идут в парах и, конкурируя друг с другом, на протяжении истории видоизменяются, мутируют и приводят к разным, иногда крайне нежелательным, последствиям.

Чтобы понять, какие исторические нарративы являются самыми важными, а также идентифицировать зарождающиеся истории, автор предлагает руководствоваться следующими принципами.

1. Эпидемии могут распространяться быстро или медленно, быть масштабными или носить ограниченный характер. Срок жизни нарратива может исчисляться десятилетиями и значительно превышать период, отраженный в наборах данных, на основании которых эконо-

номисты измеряют его эффект. Нельзя исходить из того, что вирусный экономический нарратив – это то же самое, что контент в Facebook или Twitter, который становится вирусным за несколько дней. А если не учесть того, что эпидемии могут быть как быстрыми, так и медленными, то, оценивая значимость популярной работы, можно впасть в заблуждение, положившись на ее статус бестселлера. Например, в список бестселлеров The New York Times входят книги, наибольшее количество экземпляров которых было продано в течение текущей недели. Однако, просмотрев эти перечни через несколько лет после публикации, вы едва ли увидите в них какие-то знакомые названия.

2. Важные экономические нарративы могут занимать крайне незначительное место в обычных разговорах. Экономические теории не являются темой, обсуждаемой в ходе повседневного общения, даже если о них пишут СМИ и если они занимают мысли людей.

3. Созвездия нарративов имеют гораздо более сильное воздействие, чем любая отдельно взятая история. Нарративы, оказавшиеся в одном созвездии, могут иметь совершенно разные корни, но мы воспринимаем их как нечто целостное, объединенное какой-то основополагающей идеей. Так они усиливают влияние друг друга. Все криптовалюты окружены нарративными созвездиями, в которых есть как мегазвезды, так и тысячи малых звезд. По состоянию на 2018 год с биткоином конкурировало около 2 тыс. криповалют. Но крупнейшее созвездие историй фокусировалось именно на биткоине. В одном из рассказов речь идет о том, как в 2009-м певица Лили Аллен отказалась получить плату за концерт в биткоине и впоследствии кусала локти. Такие истории оседают в памяти надолго, поскольку вызывают к чувству сожаления, которое охватывает людей из-за того, что они не воспользовались возможностью сделать успешную инвестицию.

4. Экономический эффект нарративов меняется с течением времени. То, как воздействует нарратив на экономическое поведение, зависит от нюансов его теперешней мутации. Обращаясь к словам или фразам, являющимся маркерами нарративов, важно не поддаваться искушению посчитать, что их значение остается

неизменным на протяжении разных временных периодов. По крайней мере, следует интерпретировать нарративы в контексте событий, о которых рассказывается на данном временном отрезке.

Сразу после объявления Первой мировой войны (28 июля 1914 года) началось резкое падение цен на акции. Реагируя на панику, стали закрываться биржи: сначала европейские, а затем и нью-йоркская. А в день, когда Великобритания объявила войну нацисткой Германии (3 сентября 1939 года), композитный индекс S&P увеличился на 9,6%. Вероятным объяснением могут быть истории об обогащении инвесторов, которые во время Первой мировой не ушли с биржи и получили немалые выгоды, продавая европейцам оружие и амуницию.

5. Одна только правда не может стать преградой для распространения нарративов, в основе которых лежит недостоверная информация или обман. Экономическая деятельность далеко не всегда базируется на выверенной информации. Часто в ее основе лежат нарративы, ставшие вирусными в данный временной период. Хотя знания, которыми владеет человечество, совершенствуются во многих отношениях, мы не наблюдаем поступательного развития знаний, определяющих экономическое поведение. История становится заразной независимо от того, насколько правдива или правильна информация, на которой она основывается. Более того, новая история, призванная заменить историю, базирующуюся на ложных постулатах, может оказаться не такой заразной, как предыдущая. Это означает: экономическая деятельность будет основываться на неверных допущениях еще долгое время после того, как предпринимается попытка их исправить.

6. Возможности для частых повторений — основа для того, чтобы заразность истории набрала максимальную силу. Едва ли песню

«Happy Birthday to You» можно назвать важным экономическим нарративом или даже нарративом вообще. Но она очень хорошо показывает, откуда берется высокая заразность. Эта песня стала, возможно, самой известной в истории не из-за того, что отличается художественной ценностью. Просто она звучит на днях рождения невероятно большого количества людей и откладывается в воспоминаниях. Ритуал повторяется из года в год, закрепляя песню в памяти. Соответственно, уровень выздоровления, из-за которого эпидемии идут на спад, не достигается.

7. Чтобы экономический нарратив стал заразным, он должен содержать в себе не только

Интерпретировать нарративы следует в контексте событий, о которых рассказывается на данном временном отрезке

теорию, но также отражать интересы, эмоции, стремления или привязанности людей. Экономические нарративы становятся вирусными, если в них присутствует явно выраженный человеческий компонент. Важным элементом может быть ассоциация с каким-то известным лицом. Тогда в нашем сознании закрепляются образы конкретных людей, и история запоминается лучше.

С историей о биметаллизме, во многом перекликающейся с рассказом о биткоине, связана фигура известного в свое время политика Уильяма Брайана. Сейчас о нем мало кто помнит. Точно так же, скорее всего, со временем забудут и о Сатоси Накамото. Его место займет тот, кто в будущем придумает очередную успешную электронную валюту и создаст яркий нарратив, в котором будет новый герой. Это необходимо для того, чтобы история, видоизменившись, вновь стала заразной ●●