

Теория. Методология

© 2006 г.

Н.Н. ЗАРУБИНА

ДЕНЬГИ В СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЗАРУБИНА Наталья Николаевна - доктор философских наук, профессор кафедры социологии МГИМО (У) МИД РФ.

Способность денег устанавливать не только экономические, но и социальные связи отмечена еще в К. Марксом, который назвал их "узлами всех узлов". В социологической литературе деньги в качестве средства социальной коммуникации получают противоположные свойства и характеристики. В работах Г. Зиммеля, К. Поланьи, С. Московичи, М. Маклюена и других исследователей деньги уподобляются "универсальному языку" современного общества. Ж. Бодрийяр рассматривает виртуальные деньги постмодернистской экономики как "код", которым "помечены" практически все сферы жизни. Э. Гидденс видит в деньгах одну из базовых "символических систем", обеспечивающих освобождение общественных институтов от локальной привязки, их универсализацию в глобальном масштабе. В противоположность этому "универсалистскому" подходу В. Зелизер обосновывает концепцию "создания множественных денег" как специфических "диалектов" различных социальных групп для разных типов отношений.

Вопрос о соотношении универсальности и множественности денег как средства социальной коммуникации имеет не только теоретическое, но и прикладное значение: его решение проясняет вопрос об адекватности денежной коммуникации для различных типов обществ, социальных групп, исполнения социальных ролей. В частности, вопрос о целесообразности предоставления льгот и оказания социальной помощи незащищенным слоям населения в денежной или натуральной форме следует рассматривать с точки зрения не только экономической целесообразности, но и наиболее подходящей для конкретного случая формы коммуникации.

Архаичные и символические деньги как "горячее" средство коммуникации

М. Маклюен утверждал, что развитие денег в чем-то сходно с развитием речи у ребенка: пока он не умеет говорить, он хватается все то, до чего непосредственно может дотянуться, но как только научается говорить, речь становится для него способом отстранения от реальных предметов и распространения своего интереса и своих притязаний на предметы отдаленные. Аналогично, деньги в конкретно-вещественных формах позволяли устанавливать однозначно ориентированные и специфические связи, распространять коммуникацию на ограниченный круг социальных акторов и отношений. Архаичные деньги, по свидетельствам этнографов и социологов, имеют множественные формы, каждая из которых служит для установления и поддержания коммуникаций в узко ограниченных функциональных сферах, и их взаимная конвертация

возможна в ограниченных пределах. К. Поланьи подчеркивает, что, если уподобить деньги языку, то архаичные деньги не знают единой грамматики и вообще универсальных правил: "Ни в одном языке не известна подобная фрагментация использования звуков. В речи артикуляции подвергаются все произносимые звуки. При написании все буквы алфавита годятся для всех типов слов, в то время как в качестве архаичных денег, в чрезвычайных ситуациях, используют один предмет как средство платежа, другой - как меру стоимости, третий - как средство накопления богатства, четвертый - как средство обмена; в языке, где глаголы состояли бы из одной группы букв, существительные - из другой, прилагательные — из третьей, а наречия - из четвертой" [1, с. 423].

Такие деньги обеспечивают насыщенную конкретными значениями и смыслами коммуникацию, где все означающие - передаваемые от одного участника коммуникации к другому деньги - имеют определенных референтов в реальной действительности. Например, подати или компенсацию вреда, штраф (виру), калым и т.д. можно заплатить лишь конкретной группой, конвенционально и традиционно предназначенных для этого предметов. Такие платежные деньги однозначно соответствуют социальному значению данного типа отношений. Другие предметы, какую бы ценность они сами по себе ни представляли, не могут адекватно поддерживать коммуникацию в данной области - они воспринимаются как недопустимое средство передачи информации. Аналогично и с другими функциями денег. Бессмысленно накапливать богатство в физической форме тех предметов, которые не являются носителями смыслов богатства в данном конкретном обществе: например, в архаичных обществах нередко средством обмена выступали металлы, в т.ч. ценные, но подлинное богатство измерялось лишь землей (или поголовьем скота).

Таким образом, архаичные "множественные" деньги являются, пользуясь определением М. Маклюена, "горячим" средством коммуникации, которое характеризуется "интенсивностью", "высокой определенностью" [2, с. 27, 29] передаваемой информации и соответственно нуждается в незначительной степени участия аудитории в интерпретации коммуникативного процесса: он насыщен очевидной информацией, допускающей минимум свободы в истолковании смысла. В то же время, в качестве "горячего" средства коммуникации М. Маклюен имеет в виду не только архаичные множественные деньги, но и "символические" деньги классического рынка, выступающие в качестве меры стоимости и средства обмена и, таким образом, превращающиеся в универсального социального посредника. Деньги становятся подобием универсального языка с единой формализованной "грамматикой", "широкой социальной метафорой" [2, с. 153], с помощью которой становится возможным "перевести" одни категории труда в другие, условно приравнять друг к другу несводимые реально отношения и области действия: труд рабочего и труд фермера, прибыль предпринимателя и квалификацию врача, юриста, архитектора и т.д.

С.Московичи вслед за Г. Зиммелем утверждает, что историческая эволюция денег может быть охарактеризована как переход осязаемых денег в символические, т.е. знаковые деньги рыночного обмена, а затем - в семиотические [3, с. 406; 4, р. 164]. Деньги рыночного обмена способствуют выходу за рамки пространственно локализованных отношений и связей, маркированных конкретной символикой. Поэтому историческое становление единой валютной системы - символических денег - сопряжено с разрушением архаичного трайбализма и всех его социокультурных атрибутов, оно встречает явное или скрытое сопротивление и неприятие на всех этапах своего развития. Процессы становления единых рынков, формальных юридических отношений гражданского общества и единой национальной валюты на место множественных денежных единиц, служащих локальным целям, шли параллельно, и каждый из них был болезненной ломкой сложившихся принципов социальной коммуникации. Окончательное оформление денег в качестве единой символической системы было сопряжено не только с развитием рыночной экономики и превращением товарно-денежных отношений в доминирующие, но и базировалось на развитии других универсальных комму-

никационных систем, среди которых принципиально важную роль сыграло книгопечатание. Именно печатное слово как средство коммуникации, по М. Маклюену, подготовило общество к восприятию стандартизации и калькулируемости, к "умению переводить свои желания и устремления в статистику с помощью рыночных механизмов предложения и спроса и визуальной технологии цен" [2, с. 154].

В то же время, на этом этапе своего развития деньги еще не утратили референта в экономической и социальной реальности; выраженные в деньгах прибыли еще соответствуют реальному экономическому успеху предприятия, состояние финансов в обществе отражает реальное положение дел в его экономике и т.п. Таким образом, на основе теории "символических" денег можно "двигаться в разные стороны по пространству политической экономии" [2, с. 154].

"Символические" деньги рынка остаются "горячим" средством коммуникации, пока и поскольку они обладают референцией и несут какую-то информацию о референте, то есть до тех пор, пока они соответствуют реальной экономике. На этом этапе функциональность денег отражается в множественности форм, которые они приобретают в обществе. В XIX и XX вв. в рамках единых национальных рынков разных стран имеют хождение специализированные формы платежных средств (векселя, купоны, чеки и т.д.), каждая из которых имеет или свое конкретное целевое предназначение, или какой-то специфический социальный смысл, или сохраняется по традиции. В условиях реального производства и рыночного обмена периодически возникает потребность в использовании локальных денежных единиц, отражающих специфику данного сегмента рынка или производства. А бартер возможен не только в силу недостатка денег в обращении или на счете предприятия, но и как следствие рациональных расчетов целесообразности, например, для оптимизации налогов. Введение карточной системы (а также инвалютные чеки в СССР, боны периода нэпа и т.д.) отражает специфические права и возможности разных групп населения в условиях товарного дефицита и т.д. На этом основании К. Поланьи утверждал, что даже в качестве рыночных символов обмена деньги наряду с тенденцией к унификации демонстрируют и обратные тенденции [1, с. 424]. Однако при изменении условий рынка необходимость в подобных локальных "множественных деньгах" отпадает, и они теряют силу. Поэтому нам представляется, что и в этой множественности сохраняется коммуникационная суть денег как тяготеющего к универсальности средства рыночного обмена.

До формирования рынка экономическая подсистема общества встраивалась в социальные отношения и означала производство потребительных стоимостей, соответствующих реальным потребностям людей, то есть подчинялась реальной социальной коммуникации. После того как рынок начинает доминировать, он подчиняет экономические отношения производству меновых стоимостей, подменяя социальную коммуникацию денежной исчислимостью. По мере развития рынка деньги становятся *знаком* меновой стоимости, в них обмен, рынок получает свое "*означение*", рынок делается "*видимым*", доступным рассмотрению: «Достигнув определенной фазы отрыва, они [деньги. - *Прим, ред.*] перестают быть средством коммуникации, товарооборота, они и есть *сам оборот*, то есть форма, которую принимает система в своем абстрактном коловращении. Деньги - это первый "товар", получающий статус знака и *неподвластный потребительской стоимости*, {5, с. 76}].

В качестве означения рыночного оборота как самостоятельной силы, отчуждающей производственные и социальные отношения в товарные, деньги становятся и означением господства рынка над всеми остальными качественно специфичными сферами жизни. К. Маркс, исследовавший социальные роли денег в буржуазном обществе, в числе прочего обратил внимание и на их коммуникативную роль в качестве универсальной абстракции рыночного обращения. Если архаичные "горячие" деньги означали качественно специфические особенности различных сфер социальной жизнедеятельности качественной же множественностью своих форм, то в условиях рынка единственным знаком, позволяющим определить качественное своеобразие, становится *количество денег*. Механизм сведения сущности к абстракции, выражение каче-

ства через количество как свойство денег рынка описал К. Маркс в "Экономическо-философских рукописях 1844 года": "*Количество* денег становится все в большей и большей мере их единственным *могущественным* свойством; подобно тому как они сводят всякую сущность к ее абстракции, так они сводят и самих себя в своем собственном движении к *количественной* сущности" [6, с. 272-273]. Знаками "горячего" "денежного языка" отныне становятся размеры суммы, которые означают реальную качественную дифференциацию и предметного товарного мира, и производственных возможностей, и человеческого достоинства.

"Символические" деньги *означают* рыночные стоимости в обществе модерна, вносят единый "язык" со своей "грамматикой" в реальные экономические и социальные отношения, устанавливают единообразные связи между трудом и заработной платой, различными меновыми стоимостями, маркируют социальные роли. Однако при этом они, переводя разнообразное и качественно специфичное на язык единообразных абстракций, не просто упрощают, но и извращают реальные сущности. К. Маркс показал, что деньги рынка переводят реальные отношения людей к предметам и к другим людям, в которых в принципе должны выразаться подлинные человеческие, "родовые сущностные" свойства, всегда имеющие качественную определенность, в абстрактные знаки, *отчужденные* от подлинных сущностей, и потому им *противостоящие*, "Так как деньги, в качестве существующего и действующего понятия стоимости, смешивают и обменивают все вещи, то они представляют собой всеобщее *смешение* и *подмену* всех вещей, т.е. мир навыворот, перетасовку и подмену всех природных и человеческих качеств" [6, с. 296-297]. Так, деньги рынка заменяют содержательные социально-культурные основания коммуникации, превращаясь в универсальный знак социальной состоятельности. Социальная ценность индивида начинает определяться не его реальными человеческими качествами, а денежным "эквивалентом"; "То, что могут купить деньги - это я сам, владелец денег. Сколь велика сила денег, столь велика и моя сила. Свойства денег суть мои - их владельца - свойства и сущностные силы... Если деньги являются узами, связывающими меня с человеческою жизнью, обществом, природой и людьми, то разве они не узы всех уз?" [6, с. 294]. Таким образом, деньги устанавливают универсальные связи, которые лишены качественной индивидуальности. Французский социолог С. Московичи подчеркивает, что под воздействием денег "языки различных отношений человека к человеку становятся вариантами одного языка столь же универсального, как язык музыки или математики" [3, с. 406].

"Семиотические" деньги виртуальной экономики постмодерна: "холодное" средство коммуникации

Далее делается еще один шаг на пути превращения денег из "символических", то есть являющихся знаками рынка, в деньги "семиотические", деньги-символы, деньги-симулякры, не отражающие даже меновой стоимости и "освобождающиеся" даже от самого рынка, перестающие быть его опосредующей абстракцией. Как подчеркивает Ж. Бодрийяр, в обществе постмодерна деньги в качестве симулякра не отягощены никакими сообщениями, денежный знак освобождается от "архаической обязанности" нечто означать [5, с. 52]. Так деньги становятся сами по себе сообщением и обмениваются сами на себя. Финансовые потоки становятся самодостаточной реальностью, *виртуальной экономикой*, за которой не стоят процессы, происходящие в реальных секторах: "Этот процесс - сам по себе и сам для себя. Он не ориентируется больше ни на потребности, ни на прибыль. Он представляет собой не ускорение производительности, а структурную инфляцию знаков производства, взаимоподмену и убегание вперед любых знаков, включая, разумеется, денежные знаки" [5, с. 74].

Эта фаза освобождения денег от реальной экономики окончательно завершается после отказа от золотого эталона (в 1971 г.) как последней формы устойчивости и ре-

презентативности валюты и перехода к плавающим курсам, не связанным никакими реальными эквивалентами и свободным для ничем не ограниченной игры по собственным правилам. Деньги отныне могут самовоспроизводиться и умножаться независимо от хозяйственной реальности, финансовая игра - это просто игра цифр, знаков, слов. Из всех знаков, обращающихся в фазе экономического роста, деньги обращаются быстрее всего и не соизмеримы ни с чем другим [5, с. 76]. Виртуальная, по существу симуляционная, экономика финансов приобретает особую роль в современном мире, освобождаясь и от рыночного обмена. По подсчетам французского исследователя Р. Пассе, общий объем чисто спекулятивных валютных сделок составляет 1300 млрд. долл. в день, что в пятьдесят раз превышает суммы торговых обменов и почти равно совокупным валютным резервам всех национальных банков мира, составляющим 1500 млрд. долл. (цит. по: [7, с. 97]). Игра плавающего курса международной спекулятивной валюты способна обрушить любую реальную экономическую сферу и любую национальную экономику ("дефолты" азиатских валют, российского рубля в 1990-х годах).

Таким образом, семиотические деньги, окончательно утратившие связь с реальной экономикой и реальным потреблением, превращаются в универсальный код, замкнутый на самого себя. По определению У. Эко, код - это структура, представленная в виде модели, выступающая как основополагающее правило при формировании ряда конкретных сообщений, которые именно благодаря этому и обретают способность быть сообщаемыми. При этом "все коды могут быть сопоставлены между собой на базе общего кода, более простого и всеобъемлющего" [8, с. 84]. Можно предположить, что в обществе постмодерна виртуальные деньги превращаются в код, являющийся той самой всеобъемлющей основой, благодаря которой могут быть сопоставлены все остальные коммуникативные коды. Чем более универсальным является код, тем менее он содержателен. Когда деньги носят множественный, специализированный характер, они связаны с реальными экономическими процессами - производственными, рыночными, платежными, и означают реальную ситуацию в экономике и в обществе, несут содержательную информацию о них. Когда символические деньги рыночного обмена утрачивают все содержательные параметры, кроме меновой стоимости, они несут информацию лишь о рыночном обмене. Такая информация является односторонней и упрощает, сводит к одному единственному рыночному параметру все многообразие социальных оценок. Но постмодернистские виртуальные деньги-код не являются означающим даже для рыночного обмена. В качестве универсального всепроникающего кода они освобождаются от любых экономических, социальных, культурных и прочих означаемых, одновременно становясь универсальной основой любой коммуникации: «Да, все идет к тому, чтобы быть "вложено в дело", захвачено и поглощено сферой ценности, причем понимаемой не как рыночная стоимость, а скорее как математическая величина, - то есть оно должно быть не мобилизовано ради производства, а зарегистрировано, приписано к некоторой рубрике, вовлечено в игру операциональных переменных, должно стать не столько производительной силой, сколько фигурой на шахматной доске кода, подчиняясь общим для всех правилам игры, [5, с. 63].

Представляется, что когда критики рынка говорят о его тотальном проникновении во все сферы социальных, культурных, политических и проч. отношений и разрушительном воздействии на них, все-таки следует отличать рыночные, меновые эквиваленты специфических ценностей от их универсальной кодировки в парадигме постмодерна, которая не имеет даже меновой логики рынка, поскольку ее знаки лишены вообще какой бы то ни было референции. Так, в контексте отношений постмодерна, по наблюдениям Ж. Бодрийера, вложение крупными корпорациями средств в развитие культуры, науки, образования означает не столько ценность этих областей в реальном, содержательном или рыночном меновом смысле, сколько сознательное инвестирование в систему универсальной кодировки, охватывающей все сферы жизни общества и закрепляющей универсальное господство капитала как кода [5, с. 68].

Аналогично, Ж. Бодрийяр констатирует наличие у символических денег рынка "установленной Соссюром гомологии между трудом и означаемым, с одной стороны,

и означающим, с другой" [5, с. 74], которая утрачивается семиотическими знаками ставшими пустым, симулятивным знаком в обществе постмодерна. Заработная плата уже не означает реальную стоимость труда, и в силу этого утрачивает смысл и вопрос о ее адекватности. Зарплата становится, по мнению Ж. Бодрийера, лишь знаком, означающим не реальный вклад в экономику, а причастность к ее универсальному коду. Ни работники, ни предприниматели, ни общество в условиях постмодерна уже не готовы увидеть реальное соответствие между прибылью и зарплатой, с одной стороны, и требованиями рыночной конъюнктуры или реальной полезностью вклада в экономику, с другой. Поэтому и требование справедливой зарплаты, соответствующей реальному вкладу в экономику или любую другую сферу деятельности, сменяется на требование максимальной зарплаты (максимального дохода). Стремление к максимальному, ничем не детерминированному, не оправданному, доходу захватывает все общество и вызывает все меньше критики.

Примечательно, что К. Маркс, рассуждая о деньгах рынка, отмечал, что размеры заработной платы фактически не изменяют символической сути самой заработной платы: как бы велика ни была зарплата, она все равно означает реальную *продажу* рабочей силы, ее отчуждение капиталом, и, таким образом, означает существование частной собственности и эксплуатации труда [6, с. 238]. Ж. Бодрийер подчеркивает семиотическую тождественность для общества постмодерна зарплаты и пособия по безработице, которое означает теперь не *труд*, который приравнивается к *не-труду*, а знак универсального кода, в равной степени отмечающего оба эти состояния человека; "при любых обстоятельствах вам подыщут подходящее место, персонализированный job - а нет, так назначат пособие по безработице, рассчитанное по вашим личным параметрам; как бы то ни было, вас уже не оставят, главное, чтобы каждый являлся окончанием целой сети, окончанием ничтожно малым, но все же включенным в сеть, - ни в коем случае не нечленораздельным криком, но языковым элементом, появляющимся на выходе всей структурной сети языка" [5, с. 62-63].

С утратой реального означаемого у денег постепенно исчезает и представление о "праведных" и "неправедных" способах их зарабатывания. Для денег рынка еще имела смысл известная циничная сентенция "если ты такой умный, то почему ты бедный?", поскольку подразумевалось, что количество денег еще может означать определенные качества субъекта - те, которые позволяют адаптироваться и преуспевать на рынке. В контексте постмодернистского подхода количество денег уже не означает ничего, кроме себя самого. Деньги оказываются не просто вовлеченными во всеобъемлющую постмодернистскую игру знаками и смыслами, дискурсами и текстами, но составляют ее коммуникационную основу.

"Семиотические" деньги превращаются в "холодное" средство коммуникации, не несущее содержательной информации. Ж. Бодрийер отмечает: «"Hot money" — так называют евродоллары, очевидно, как раз для того, чтобы обозначить эту свистопляску денежных знаков. Но точнее было бы сказать, что нынешние деньги стали "cool" - в том смысле, в каком этот термин означает (у Маклюэна и Рисмена) интенсивную, но безаффектную соотношенность элементов, игру, питающуюся исключительно правилами игры, доходящей до конца взаимоподстановкой элементов... "Coolness" - это чистая игра дискурсивных смыслов, подстановок на письме, это непринужденная дистантность игры, которая по сути сводится к одним лишь цифрам, знакам и словам, это всемогущество операциональной симуляции. Пока остается какая-то доля аффекта и референции, мы еще на стадии hot. Пока еще остается какое-то сообщение, мы еще на стадии hot. Когда же сообщением становится само средство коммуникации, мы вступаем в эру cool. Именно это и происходит с деньгами, [5, с. 75-76].

Согласно концепции М. Маклюэна, "холодное" средство коммуникации характеризуется "высокой степенью участия аудитории, или достраивания ею недостающего" [2, с. 27], оно ориентирует участников коммуникации на импровизацию. Когда деньги "горячие", как, например, архаичные, которые уже своей формой ориентированы на конкретные социальные отношения, они несут совершенно определенную ин-

формацию и не нуждаются в дополнительной интерпретации. Универсальные деньги-символы кода в контексте сложных и специфичных социальных взаимодействий могут подвергаться произвольной интерпретации.

Интерпретации "холодных" денег на микроуровне социальной коммуникации

Американская исследовательница В. Зелизер сделала попытку опровергнуть устоявшееся представление в социологии о деньгах как универсальном коде, устанавливающем коммуникацию различных сфер социальной жизни современного общества. Она утверждает, что "нет никаких единых, универсальных, всеобщих денег - есть множественные деньги; люди производят различные денежные средства для многих, а возможно, и для каждого типа социального взаимодействия, подобно тому, как они используют разные языки для различных социальных контекстов" [9, с. 53]. Единые универсальные деньги существуют, по мнению В. Зелизер, лишь в очень ограниченных пределах рыночного обращения, но, поскольку деньги проникают в более сложные и менее стандартизированные формы отношений, они утрачивают универсальность, приобретают специфические формы. Эти формы определяются теми социальными и культурными целями, которыми определяется назначение денег, пределы их использования, их принадлежность и источники.

Следует отметить, что, на наш взгляд, в исследовании В. Зелизер по существу речь идет не о *реально различных* типах денежных единиц, а о том, как люди *создают временную и локальную* множественность на основе единых унифицированных денег, наделяя их различными смыслами в ходе своих социальных практик. Нам представляется, что целесообразно говорить не о различных формах денег, а о том, как деньги превращаются в маркеры различных социокультурных ролей. Так, описываемые В. Зелизер "множественные деньги" домашних хозяйств по существу являются производными от тендерных ролей в американском обществе начала XX в., их лексикон отображает роли женщин и мужчин, представления о том, кто является главой семьи, каким образом вознаграждается домашний труд, какое место занимают дети и т.д. В других обществах сами роли внутри института семьи распределяются иначе, следовательно, иные формы принимают и семейные деньги в зависимости от того, кто и как их зарабатывает, кто получает право ими распоряжаться.

"Бухгалтерия жестяных банок", с помощью которой маркируются "целевые деньги" домашних хозяйств, откладываемые на различные "статьи" семейного бюджета, также является не производством особых денежных единиц, а условной разметкой, с помощью которой вносятся упорядоченность и рациональность в траты ограниченных средств. Но как бы рациональный сберегатель не обозначал деньги *для себя*, они все равно останутся по существу теми же абстрактными и универсальными деньгами, лишь в его, и только в его индивидуальном сознании временно связанными с конкретной целью,

Получается, что каждая социальная группа создает свой собственный язык денег, понятный лишь на ее микроуровне, устанавливает временные и ситуативные связи между деньгами как означающим и некими условными целями как означаемым. Причем домашняя "бухгалтерия жестяных банок" актуальна лишь для вещественных, бумажных или металлических денег. Деньги, существующие как условные цифры на счете, гораздо труднее, если не вообще невозможно условно разделить по целевому назначению, если только не предположить существование таких тонких технологий управления виртуальным счетом, которые позволили бы сразу делить его на статьи расхода и запрещали бы перебрасывать деньги из одной статьи в другую.

Весьма интересным представляется описанное В. Зелизер деление денег по способу их получения. Наряду с "честными", заработанными деньгами выделяются, во-первых, нечестные, порочные доходы преступников, проституток, взятки и т.п.; во-вто-

рых, пособия, подарки и прочие "неожиданные", "внеплановые" доходы. Оба типа денег, по наблюдениям американской исследовательницы, воспринимаются по-разному и формируют разные типы поведения.

Деньги, источник которых рассматривается как "неправедный", по наблюдениям В. Зелизер, люди предпочитают не использовать для сакральных и вообще высоко значимых в моральном плане целей. Но подобное разделение опять же является индивидуальным и касается не самих денег, а лишь интерпретации их источника. Нам представляется, что проблему следует сформулировать шире. Еще на рубеже XIX-XX вв. Г. Зиммель в своей "Философии денег" поставил вопрос о том, что, будучи универсальным средством коммуникации, связывающим любых социальных акторов с абсолютно любыми целями, деньги распространяют присущий им универсальный количественный метод оценки на весь доступный космос, вызывая к жизни такую форму социального взаимодействия, как цинизм, распространение на все без исключения социальные практики количественных критериев. Таким образом, деньги "переводят" на свой язык, сводят к единой грамматике все то, что реально должно бы обладать собственным, самобытным языком. Эта универсальность, стирая качественную специфику различных социальных сфер, представляет собой один из решающих шагов к осуществлению возможности постмодернистских интерпретаций культуры как рядоположенных текстов, к свободной игре симулятивных пространств.

В. Зелизер выделяет в особую категорию деньги, получаемые в качестве социальных пособий малоимущими американцами. Описанная ею борьба бедных за перевод натуральных форм помощи в денежные и за самостоятельное использование пособий и благотворительных сумм, разыгравшаяся в США в начале XX в., по существу является столкновением различных интерпретаций социальных ролей и присущих им форм коммуникации. Истоки противоречия в том, что организаторы социальной помощи видели в реципиентах людей, не способных рационально и "правильно" распорядиться деньгами, т.е. адекватно проинтерпретировать предоставляемые ими возможности. Здесь, на наш взгляд, без труда просматривается социал-дарвинистское представление о бедных как неприспособленных к полноценной социальной активности людей, нуждающихся не только в помощи, но и в руководстве и управлении со стороны более адаптированных членов социума. Это руководство выливалось в использование таких "горячих" средств коммуникации с ними, как целевые пособия и натуральная помощь. Реально же сами бедные были в гораздо большей степени интегрированы в культуру социума, и стремились использовать те же формы коммуникации, которые были присущи большинству. Отсюда их желание получать помощь в денежной форме и самостоятельно ею распоряжаться, т.е. интерпретировать "холодные" деньги.

Противоположная тенденция обнаруживается в России начала XXI в. в процессе замены натуральных льгот денежными. Политика, ориентированная на как можно более быстрое реформирование общества на рыночной основе и внедрение форм культуры и коммуникации, присущих "холодным" цивилизациям вместо традиционных "горячих" личностных и натуральных форм, вызвала волну протеста. Нам представляется, что протест обусловлен не только финансовыми потерями многих категорий льготников, но и неадекватностью самой "холодной" денежной коммуникации "горячему" российскому культурному контексту. В представлении большинства такая "горячая" форма коммуникации, как помощь, должна быть лично окрашена, выражать реальную заботу, поэтому она и принимать должна конкретные, натуральные формы.

При этом восприятие льгот отличается от восприятия денежных форм помощи, таких как пенсии и пособия. Льготы являются не просто деперсонифицированной по сути платой, содержанием, а личностным признанием заслуг, например, ветеранов войны и труда, и знаком заботы общества о слабых и незащищенных. И если в случае содержания вполне адекватна "холодная" денежная коммуникация, то в случае льготы она в силу универсальности и формальности не передает ожидаемого смысла социальных связей и потому вызывает разрыв коммуникации и взрыв негодования.

Специального рассмотрения заслуживает традиция дарить деньги. Ж. Бодрийяр подчеркивает, что подарок отличается от других форм коммуникации тем, что неотделим от конкретного отношения между людьми, поэтому не имеет ни потребительской, ни меновой стоимости в собственном смысле этих понятий, а лишь символическую меновую стоимость. Подарок абсолютно уникален, поскольку он имеет смысл лишь в контексте конкретной ситуации взаимодействия между определенными людьми. Ж. Бодрийяр подчеркивает, что "в отличие от языка, материал которого может быть отделен от говорящих на нем субъектов, материал символического обмена, подаренные предметы, не могут быть ни выделены в качестве чего-то автономного, ни - следовательно - кодифицированы в качестве знаков" [10, с. 55]. Таким образом, коммуникация дарения подарков является "горячей" коммуникацией. Выработанные веками правила этикета включают и стереотипы подарков и отношений дарения: социализированный в данной культуре человек представляет себе, *что, когда и кому* уместно подарить. Формируется своеобразный язык символов, который вносит стандартизацию даже в эти сугубо индивидуальные отношения, и нарушения правил этого языка в случае, если подарок оказывается неуместным, нарушает коммуникацию.

В качестве подарков могут выступать практически любые предметы, если они способны воплощать привязанность, покровительство и заботу, признательность и уважение, и многие другие оттенки социальных и эмоциональных связей. Однако деньги не имеют никакой *собственной* индивидуальности и *собственного* смысла. Может ли то, что в силу своей природы лишено символической стоимости, выражать символический обмен? Г. Зиммель отмечал, что деньги в качестве подарка неприемлемы, поскольку в силу своей безличности они "отстраняют подарок от дарителя" [4, р. 333]. Тем не менее, традиция дарить деньги все же сложилась, хотя, согласно правилам коммуникации дара, деньги можно дарить не всем и не всегда. Их, как правило, дарят лишь очень близким людям, даже не друзьям, а родственникам. В этих случаях деньги представляют собой дарение "чистой возможности" купить себе то, что получатель считает нужным, то есть они выходят за рамки описанного Ж. Бодрийяром индивидуального символизма дара, а символическую нагрузку, присущую подарку, приобретают за счет априорной близости и эмоциональной окрашенности отношений, которая не разрушается "холодной" денежной коммуникацией. Дарение денег за рамками тех ситуаций, когда это считается уместным, воспринимается как грубое нарушение этики и вообще коммуникативных норм,

В этой связи В.Зелизер весьма уместно обращается к анализу внешней формы, которая придается подарочным деньгам за счет соответствующей упаковки, оформления, надписей и т.д. Даже присланные в качестве почтового перевода деньги могут сопровождаться соответствующим оформлением. Здесь налицо стремление придать дополнительное символическое значение той чистой форме, чистой возможности, которая дарится в виде денег, то есть осуществить процедуру интерпретации в рамках "холодной" коммуникации.

Аналогично специфическому оформлению подарочных денег, призванному придать коммуникации адекватную форму, различные коммуникативные ситуации, в которых участвуют деньги, накладывают на них свой отпечаток. Люди знают, как "правильно использовать" деньги, то есть когда какие формы денег уместны. Мелкими монетами не принято расплачиваться в дорогих магазинах или ресторанах, но не потому, что большое количество монет не может составить требуемую крупную сумму, а потому, что это, во-первых, неудобно, а во-вторых, не соответствует статусному использованию денег, которому в данной ситуации скорее подходит кредитная карта или крупная купюра. В то же время, вряд ли кому-то придет в голову предложить за газету или проезд в автобусе слишком крупную купюру, но тоже лишь потому, что это чревато неудобствами (не найдется сдачи), а не потому, что она в принципе не годится для покупки этих вещей или услуг. Таким образом, социальный контекст накладывает отпечаток на форму применения денег, но не меняет при этом самой их универсальной и абстрактной сути. Как подчеркивает С. Московичи: "деньги - это произвольный знак, который изобретается и замещает другие знаки в самых разнообразных

формах. Никакая иерархия не определяет их отношений, и в зависимости от обстоятельств употребляют бумажные деньги, векселя, чеки, кредитные карточки, магнитную ленту. Будь то бумажные деньги или счета, ни их название не имеет значения, ни то, из чего они сделаны, не является предметом предпочтения, важна лишь указанная на них цифра" [3, с. 404].

Нам представляется, что имеет смысл говорить не о том, что в различных социальных контекстах производятся, по В. Зелизер, разные "денежные единицы", пригодные для данной конкретной коммуникативной ситуации, а о том, что деньги, благодаря своей универсальности и отсутствию собственной ценности, смыслов и значений могут быть адаптированы к любым социальным связям и стать в их контексте более или менее адекватным коммуникативным средством. Изменяет ли "производство множественных денег", то есть наделение универсальных и безликих денег произвольными смыслами в локальных и даже индивидуальных контекстах, формальную природу денежного обращения в современном обществе? Нам представляется, что нет.

Из сказанного можно сделать следующие выводы: во-первых, в процессе социальной коммуникации на микроуровне деньги наполняются социальным содержанием (раскрытым, в частности, в работе В. Зелизер), представляющим собой интерпретацию "холодного" средства коммуникации в соответствии с характером социальных ролей ее участников, в то время как на макроуровне деньги проявляют историческую тенденцию к принятию максимально абстрактной и универсальной формы. Во-вторых, деньги принимают множественные формы на микроуровне постольку, поскольку становятся маркерами социальных ролей. Они не "управляют", как утверждает В. Зелизер [9, с. 271], сложными социальными взаимодействиями и коммуникациями, а, напротив, социальные взаимодействия и социальные роли управляют использованием денег. В-третьих, использование денег в качестве средства социальной коммуникации различается в обществах с преобладанием социальных связей "горячего" или "холодного" типа. "Холодные" средства коммуникации, в том числе и современные деньги, разрушительны для "горячих" социальных связей. Из этого следует, что на уровне близких, определенных, эмоционально окрашенных отношений "холодные" деньги либо окажутся дисфункциональным коммуникативным средством, вносящим отчуждение и распад, порождающим циничные формы взаимодействий, либо они должны "разогреться", интерпретироваться, приобретать множественные формы, соответствующие конкретным социальным ролям, которые они именно в данной ситуации маркируют.

В целом нам представляется, что концепция "множественных денег" В. Зелизер не столько опровергает утвердившуюся в социологии концепцию универсальных денег, которую развивали К. Маркс, Г. Зиммель и другие, сколько дополняет ее и показывает возможности анализа, в том числе и эмпирического, финансового поведения на микроуровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Полањи К.* Семантика использования денег // Историко-экономический альманах. Вып. 1. М.: Академический проект, 2004.
2. *Маклюен М.* Понимание медиа. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003.
3. *Московичи С.* Деньги как страсть и как представление // Машина, творящая богов. М.: Центр психологии и психотерапии. Изд. "КСП+", 1998.
4. *Simmel G.* The Philosophy of Money. L.: 1978.
5. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Доброевек, 2000.
6. *Маркс К.* Экономическо-философские рукописи 1844 года // *Маркс К.* Социология. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000.
7. *Бауман З.* Глобализация: последствия для человека и для общества, М.: Весь мир, 2004.
8. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Symposium, 2004.
9. *Зелизер В.* Социальное значение денег. М.: Дом интеллектуальной книги, ГУ ВШЭ, 2002.
10. *Бодрийяр Ж.* К критике политической экономии знака. М.: Библион - Русская книга 2003.