

Социальный феномен денег: плюсы и минусы с точки зрения экономики культуры и социологии

Студентка 3 курса факультета Социология, ГУ-ВШЭ

Кожевникова Евгения

Социальный феномен денег имеет как положительные, так и отрицательные черты. С одной стороны, он создаёт универсальную денежную систему координат, которая упрощает взаимодействие людей и понимание ими друг друга. С другой стороны – та же самая денежная система координат нивелирует многие социальные и моральные ценности, главным образом, негативно влияя на возможности развития культуры в стране.

Активное использование денег – привычный элемент повседневной жизни современного человека. Обменивая хрустящие бумажки с характерным запахом на товары и услуги, приобретая всё от недвижимости до предметов искусства, от вакцины дорогостоящего лекарства, спасающего жизнь, до наркотических веществ, которые эту жизнь губят, человек не задумывается, насколько в конкретный момент сильно социокультурное влияние на него феномена денег.

Академическое изучение денег подразумевает два подхода к анализу феномена денег. Первый утверждает примат экономического и рыночного значения денег. При этом главенство денежных отношений и использование денег как мерила всего и вся способно изменять существующую структуру общества. Второй рассматривает деньги как исключительно социальный феномен, особую систему знаков, порождённую для того, чтобы регулировать и упорядочивать именно социальные взаимодействия.

Семиотический подход, то есть анализ системы денег как системы знаков, вполне обоснован, что видно на конкретном примере. Находясь «по ту сторону баррикад», политики, принимающие решения о социальных реформах, реформах в образовании или медицинском обслуживании, не оказывают должного внимания тому значению денег, которое является естественным для тех слоёв населения, чья жизнь подвергается коренным изменениям. Чего стоят конфликты, разворачивающиеся вокруг прибавок к пенсиям, зарплат профессий культурно-просветительской и здравоохранительной сфер, выплат компенсаций семьям, чьи родственники погибли в результате террористических актов, катастроф и стихийных бедствий или государственных спецопераций и конфликты с иными видами трансфертов. Аналогичные проблемы – пособий по бедности – возникали и в Америке. Там, однако, решалась дилемма между натуральной помощью и денежными пособиями. Подарок в виде денег оказался, как ни странно, более приемлемым, потому что позволял «сохранить независимость и чувство собственного достоинства» [4, 174], иными словами, давал ощущение свободы выбора, к чему постоянно стремятся в Соединённых Штатах. Дар в виде денег актуален сегодня не только как государственный трансферт. Это универсальный подарок в любой ситуации, особенно, когда возникают сложности с вопросом «что подарить». Помогая опривычить подобный способ одаривания многие магазины (магазины книг, парфюмерные, косметические, ювелирные, обувные, детских игрушек и т.п.) предлагают так называемые «подарочные сертификаты». Дарящий оплачивает лишь стоимость сертификата, нимало не задумываясь над тем, что адресат приобретёт на полученные в подарок деньги. При этом из акта дарения исключается личный компонент – «в подаренных деньгах стёрты все следы присутствия людей и притязания на дружеские отношения» [2, 373]. Хотя изначально, если мы обратимся к антропологии, социальная функция дара заключалась в «создании новых или поддержании уже существующих социальных связей между индивидами или группами индивидов, принадлежащих к разным родам» [7, 85]. В России подобная практика приживается очень медленно. Отчасти из-за того, что ярче вырисовывается необходимость «вернуть» ту же самую сумму в ответном подарке. Отчасти – из-за того, что замена подарка из рук родителей на своеобразную кредитную карту для ребёнка

вносит кардинальные изменения в процесс воспитания и социализации новых членов общества, к которым не готовы россияне. Слишком ранняя свобода выбора может отрицательно сказаться на складывании личности ребёнка.

Проблема придания одному и тому же объекту, в данном случае деньгам, разных значений – сфера интересов этнометодологии. Одинаковое понимание происходящих событий, произносимых слов и наделение используемых предметов одними и теми же смыслами есть основа корректного и непрерывного социального взаимодействия. Подробный семиотический анализ феномена денег и определение тех границ, выход за которые превращает деньги в деструктивную для социальных отношений силу, возможен, если, как утверждает Н. Н. Зарубина в своей работе «Деньги как социокультурный феномен: пределы функциональности» использовать компиляцию обоих методологических подходов (экономического и социологического) [3].

Денежная система координат: формирование и функции

Являясь всеобщим эквивалентом ценности, деньги связывают людей и предметный мир, образуя специфическую систему координат, на которой точками являются производимые и потребляемые товары и услуги. В. Зелизер вспоминает слова Г. Зиммеля: «деньги превращают современный мир в огромную арифметическую проблему» [4, 266]. В подобной системе координат отсутствуют оси, определяющие принадлежность абстрактного покупателя к тому или иному сословию (классу, социальной категории), культуре, идеологии, вере или отношению к власти. Всё то, что могло ограничивать процесс потребления в предшествующих постмодерну обществах, сейчас не принимается в расчёт. Главной характеристикой индивида становится количество имеющихся у него денег, оно определяет набор товаров и услуг, который он может приобрести. Но не стоит забывать, что подобные возможности, предоставляемые деньгами, будут справедливыми только для тех, кто разделяет подобное понимание функций денег. Для дикаря, живущего вдали от цивилизованного мира, денежные купюры будут представляться лишь подходящим объектом для разведения огня в целях поддержания жизненно необходимого уровня температуры среды, а отнюдь не для того, чтобы приобрести обогревательный прибор или новый набор перьев, подтверждающий его статус.

Что даёт человечеству формирование этой новой системы координат? Происходит не только освобождение индивида от социальных, политических, идеологических, религиозных и моральных ограничений в потреблении, но и облегчается вовлечение индивида в значительно большее количество связей. Люди, никогда прежде не видевшие друг друга, не имеющие ничего общего и, таким образом, при иных условиях не имевшие бы возможности вступить во взаимодействие, могут сделать это посредством денег, став необходимыми и полезными друг другу. Вследствие этого формируется множество сетей, частично не осознаваемых нами, потому что они включены в наши повседневные практики и стали для нас привычными и, вследствие этого, незаметными. Не имеющий денег (нищий), следовательно, не только ограничен в потреблении товаров и услуг, но также оказывается исключённым из множества повседневных взаимодействий и выпадает из социальных связей [3, 4].

Деньги также служат средством самоидентификации человека. Обладание деньгами – той или иной их суммой – определяет для человека набор товаров и услуг, что в постмодернистском обществе потребления принимает особое значение. Не имея возможности обозначать своё богатство как-либо иначе, человек реализует себя (своё состояние) через показное потребление, помещая себя на определённую ступень лестницы социальной иерархии в системе денежных координат. Текущая ситуация в современном обществе совершенно точно передаётся народной мудростью о том, что «не в деньгах счастье, а в их количестве». Большое количество денег позволяет приобрести большее количество товаров и услуг, демонстрирующих статус, а значит, помогает осуществлять перемещение человека вверх по лестнице социальной иерархии. Даже принимая во внимание, что большинство статусов современного человека – *достигнутые*, а не *приписанные*, богатый человек имеет преимущество в любом случае. Даже боязнь



неудостоверенного статуса¹ (то есть статуса, не закреплённого никакими индикаторами, например, родовым поместьем) не страшна обладателям больших денежных средств. Они могут просто докупить «недостающие» предметы антиквариата.

В обществе, измеренном по денежной системе координат ближние связи приносятся в ущерб дальним: человек дистанцирует себя от окружающего мира посредством денег, отчуждая от себя риски формирования личных привязанностей. Наше взаимодействие (как взаимодействие между людьми XXI века), обеспечивается системой симулякров, смысловых категорий и знаков, служащих причиной для начала и базой для продолжения (либо завершения) коммуникаций. Система доверия из сферы межличностных контактов и социальных сетей переходит в координатную плоскость денег, надёжности банков, «электронной расчётной сферы обязательств. ... “Безналичное общество”, где большинство людей пользуется кредитной картой для оплаты покупок, межличностные связи и доверие к конкретным людям становятся неуместными» [4, 273]. Критерием оценки собеседника или партнёра становится его trustiness, надёжность как потенциального кредитора. Даже игра на валютной бирже, изначально привязанная к абстрактным понятиям котировок и индексов, теперь переходит в безличностное пространство интернета. Здесь мы играем на понижение и на повышение не с брокерами, а со строчками на экранах мониторов, что со одной стороны означает изобретение новой сферы взаимодействий как феномена постиндустриального общества, с другой – обезличивает взаимодействующих до предела, доводя до полной абстракции репрезентирующие людей объекты (строчки цифр на экранах мониторов фондовых бирж) [5, 449-451].

Таким образом, денежные критерии переходят из экономической сферы в социальную, политическую и культурную. Система денежных координат начинает применяться к тем объектам и процессам, которые раньше могли оцениваться только с моральной, эстетической, религиозной или идеологической точек зрения. Безусловно, по теории П. Бурдьё, человек неизменно обладает тремя формами капитала – экономическим, культурным и социальным – и каждый из них может быть выражен в большей или меньшей степени. Однако восприятие и оценивание мира при помощи экономических (денежных) критериев сильно ограничивает полноту взаимодействий человека. К примеру, в сфере искусства.

Товары культурного потребления – уникальный экономический продукт. Здесь нет институционально закреплённых норм и правил, по которым можно было бы провести оценивание литературного произведения, пьесы, музыкальной композиции или выставочной экспозиции. Как залог «качества» продукции может выступать денежный критерий. Так и делается во многих других отраслях. Однако, в сфере культуры и искусства, потребление товаров имеет одну специфическую черту: для того, чтобы потреблять предметы искусства, а значит, правильно интерпретировать смыслы, передаваемые создателем культурного блага, покупатель должен обладать определённым культурным капиталом. Таким образом, рынок искусства, которого пока нет в России, по мнению Е. Барабанова, автора статьи «Искусство на рынке или рынок искусства», имеет сильные ограничения со стороны культурных и символических значений товаров [1].

Более того, процесс производства культурных благ очень специфичен. Он не ориентирован на максимизацию прибыли при минимизации затрат, скорее, наоборот. Во-первых, культурные организации, в основном, находятся на государственном обеспечении, поэтому говорить о серьёзных материальных вложениях в производство культурных благ не приходится. К тому же, в России пока не развита в достаточной мере система меценатства, а антрепризные театры, работающие по принципу «отыграл положенное по договору число спектаклей – получил свою высокую зарплату» общественностью воспринимаются, в большинстве случаев, «в штыхы». Поэтому, «если уж ты стал актёром, то будь, как говорится, добр... отдавай всего себя искусству, не

¹ «Статус» можно определять по-разному. Мы будем придерживаться концепции М. Вебера, который говорил, что статус определяется набором из трёх компонент, выраженных в разной степени: богатства, престижа и власти.

получая ничего взамен», как сказал народный артист СССР, художественный руководитель театра «Ленком» М. А. Захаров. И, во-вторых, сфера исполнительского искусства несёт нехарактерные для всех сфер производства издержки. Ведь для того, чтобы играть партию квартета, как раньше, так и сейчас нужны четыре человека. В то же время, в производственной сфере, при улучшении технологий количество используемых ресурсов (например, труда работников) снижается. Специалисты по экономике культуры называют это явление «болезнью издержек» – издержки в сфере культуры растут быстрее, чем в других отраслях [6]. Именно поэтому не выполняется принцип максимум прибыли – минимум затрат. Наконец, в-третьих, остаётся нерешённой проблема оценивания культурной услуги или товара. Решать её можно несколькими способами. Самый очевидный из них, как уже было сказано – денежный способ, то есть «вписывание» культурного блага в денежную систему координат с тем, чтобы его стоимость определяла ценность и полезность на рынке. Однако, последовательное увеличение цен на товары и услуги культуры может привести к тому, что они [товары и услуги] превратятся в объект потребления элит, высших слоёв общества. Продолжая линию рассуждения о том, что качество и подлинность культурных товаров могут определяться их высокой стоимостью, мы приходим к процессу постепенного селекционирования в обществе: лишь высшие слои смогут позволить себе культурно развиваться, а, значит, и смогут дать образование своим детям. Они образуют замкнутую группу, «возвысившись» над теми, кто не сможет позволить себе культурные товары и услуги, своё образование и образование своих детей.

Очевидно, что денежный критерий оказывается некомпетентным и нерелевантным относительно системы производства. Возможно, что система критического оценивания – выход. Качество товара может определяться специфической группой компетентных людей, критиков, которым делегировано выносить оценочные суждения в пользу культурных товаров и услуг [2, 104-105]. С другой стороны, в этом случае встаёт вопрос о субъективности подобного оценивания. Однако пока товар на рынке искусства не приобрёл достойную ценность, облечённую в слова «специалистов» – он не будет приносить автору прибыли. Этот товар (или услуга) должны прежде всего, завоевать определённую репутацию – лишь после этого они могут приносить прибыль своему производителю.

На основе всего вышеперечисленного Г. Зиммель приходит к выводу, что денежные критерии оценки окружающей действительности приводят к формированию универсальной модели мировосприятия и познания [3, 7]. Находясь в любой обстановке (время, место, культура, страна, исторический период), человеку нужно каким-то образом объяснять для себя окружающую его действительность и все процессы, происходящие в ней. Язычники уповают на благоволение божеств природных стихий, христиане говорят о божественном провидении, рационалисты – раскладывают всё по полочкам с помощью математических расчётов и твердят об отсутствии провидения. В современном обществе многие процессы, необъяснимые с точки зрения теологии, научного или повседневного знания, легко интерпретируются относительно денежной системы координат. При этом используются слова «выгодно», «удачно вложить средства», «желание сэкономить», «купить со скидкой», «выиграть на чём-то», «неплохо на чём-то заработать». В рамках таких терминов всё становится понятно – кто, куда и зачем шёл, почему приобрёл товар на распродаже, почему выбрал ту или иную профессию, специальность или ВУЗ, почему предпочёл вложить деньги в недвижимость, а не в благотворительность.

Как мы уже упоминали, осуществление непрерывного социального взаимодействия «здесь и сейчас» может быть обеспечено лишь за счёт одинаковой трактовки всеми участниками взаимодействия употребляемых слов, используемых жестов, совершаемых движений. И только это оправдывает приложение системы денежных координат к действительному миру индивида. В противном случае, с морально-этической точки зрения, с позиции культурного и образованного человека, становятся ясными те негативные последствия, которые порождаются подобной схемой оценивания индивидов, групп, общностей и организаций. Влияние включения системы денежных

координат на оценку произведений искусства, как уже было, сказано, может негативно сказаться не только на производстве культурных благ, но и на уровне культурного развития страны.

Деструктивные функции денег и денежной системы координат

Таким образом, главная деструктивная функция денег состоит в том, что они редуцируют многообразные и несводимые к единому критерию социальные и культурные отношения, связи и взаимодействия к экономическим, подразумевающим своим главным критерием денежную систему координат. Являясь основанием для оценивания объектов, людей и организаций, эта система координат трансформирует привычную схему оценки и исключает морально-этический и социокультурный компонент из повседневной жизни человека. Если заключается брак – то по расчёту, с брачным контрактом, если завязывается новое знакомство – то с «выгодными» и полезными людьми, если намечается взаимодействие с представителями власти – то коррупция и взяточничество подразумеваются аксиоматически.

Денежные критерии оценивания играют губительную роль, *во-первых*, в отношениях культуры и человека. Рациональное инвестирование предполагает исключительно выгодные вложения, что ограничивает трату человеком денег на становящиеся «бесполезными» предметы культуры и искусства: покупка и чтение книг, посещение театров, концертов, выставок и иных культурных мероприятий, вложение денег в реконструкцию и реставрацию старинных зданий, выделение денег на благотворительность и развитие науки. Ведь средства, которые будут потрачены на исписанную бумагу в твёрдом переплёте, на очередную постановку «Вишнёвого сада», на вечер в душном зале под аккорды симфонического оркестра и восстановление памятника культуры, могли бы пойти на «более выгодные» предприятия: вложения в недвижимость, инвестирование своего бизнеса, покупку акций развивающейся компании, возведение бизнес-центра или торгового комплекса. Более того, подобные трактовки вложений (материальных и духовных) в культуру характерны не только для инвесторов, имеющих большие денежные средства, но и для молодёжи. Это хорошо видно по распространённости практики добровольного труда (волонтёрства) в учреждениях культуры. Если за рубежом (в США) подобное явление к середине 90-х годов XX века развилось в полной мере и получило своего рода институциональные механизмы контроля и поддержания, то в России к тому времени всё только начиналось. Более того, на настоящий момент подобные практики применяются в очень небольшом количестве учреждений культуры, в основном, в Санкт-Петербурге. В числе причин, побуждающих американскую молодёжь помогать сфере искусства: желание быть социально полезными, реализовать собственную инициативу, а также получение дополнительных знаний, в то время как для тех немногих россиян, которые оказывают посильную бесплатную помощь музеям, мотивами являются получение дополнительных знаний и информации, возможность участия в закулисной жизни учреждения культуры [8, 97-99].

Во-вторых, деньги оказывают деструктивное влияние и на самоидентификацию личности. Как мы уже говорили, необходимость вначале завоёвывать, затем постоянно подтверждать и укреплять свой социальный статус, а, впоследствии, и повышать его, требует большого количества денег. Здесь мы, следует оговориться, не имеем ввиду деятелей культуры, статус которых в определённых кругах определяется своеобразными, очень субъективными критериями («гениальность» написанного произведения, соответствие его нормам лингвистики, стилистики и прочим правилам литературного языка, идеология государства, в котором оценивается произведение (запретное-незапретное и пр.) и, к примеру, статус семьи автора с точки зрения «профессионализма» в той или иной сферы культурной деятельности). Современный человек видит в деньгах смысл всей своей жизни, потому что потеря денежных средств означает выпадение из социальной иерархии, забвение и, порой, окончательную невозможность возвращения на прежнее место (важную роль играет фактор репутации, распространение информации по неформальным каналам социальных сетей и т. д.). СМИ постоянно культивируют процесс потребления статусных благ, что стимулирует стремление человека зарабатывать всё

больше и больше денег. Последние, таким образом, становятся уже не средством к осуществлению какой-либо цели (например, покупки машин, квартиры, дачи и пр.), а самоцелью. Низкие цены на ранее недоступные товары (например, индийский автомобиль всего за 2 или 4 тысячи евро; повсеместное распространение потребительских и ипотечных кредитов с «выгодными» условиями, которое, правда, уже привело к экономическому кризису на Западе) также способствуют этому.

Можно сделать предположение о том, что люди, не озабоченные престижным потреблением для подтверждения своего статуса, уделяют больше внимания развитию своих познаний в культурной сфере и сфере искусства. Если предположить, что 1) стремятся подтвердить свой достигнутый статус товарами, обладающими символическим значением, только высокодоходные группы населения, и что 2) денежная система координат может быть использована для оценки товаров и услуг культуры, мы приходим к парадоксу: чем больше человек заинтересован в зарабатывании денег и приобретении статусных товаров, тем он меньше внимания уделяет культурным благам, в то же время эти культурные блага доступны именно лишь высокодоходным группам населения. Видятся два выхода из ситуации. Первый заключается в недопустимости применения к культурной сфере денежной системы координат. Второй выход: закрепить за товарами и услугами культуры символическое значение высокого статуса, стимулируя их потребление высокодоходными группами. Оптимальным, скорее всего, будет компиляция двух способов.

В-третьих, деструктивная функция денег относится к сфере семиотики. Она заключается в том, что, не неся в себе, по сути, ничего определённого, то есть являясь «пустым» знаком, деньги имеют огромную значимость в современном обществе. Более того, в эпоху постмодерна деньги, выходя на новый уровень универсализации, становясь пустым знаком во всей полноте этого словосочетания. Они становятся семиотическими деньгами, а постмодерн, в свою очередь, «отрывает» символическое значение от предмета и превращает первое в симулякр. Нарастание денежного богатства, отчуждаясь от процесса производства и совершенно не означая экономический рост, «отрывается» от своего первоначального назначения – быть измеряющим эквивалентом для производимых и обмениваемых товаров и услуг. Обладание деньгами означает теперь обладание свободой – свободой перемещения, выбора места работы, места жительства, превращая человека в вечного кочевника, не привязанного в силу специфических дисфункций денег, о которых мы только что сказали, ни к социальным, ни к культурным, ни к экономическим средам. Хотя появляется и другая несвобода – боязнь потерять имеющиеся деньги, необходимость вложить их куда-то и приумножить, гарантировать их подлинность и неотчуждаемость.

Любые ценности, морально-этические значимые компоненты и сферы жизни человека можно перевести в человеческий, культурный, а, значит, и экономический капитал. То есть постмодерное общество позволяет извлечь деньги из всего, что существует вокруг и внутри человека. Все положительные качества человека, его навыки и знания – конвертируются в деньги на рынке труда, социальные связи помогают выгодно устроиться на работу. Если бы мы находились за пределами денежной системы координат, то мы трактовали эти действия иначе. Например, выгодную рекомендацию на высокооплачиваемую должность воспринимали бы как акт дружбы и моральной поддержки, богатый background (фоновые знания), помогающие достигнуть больших успехов в бизнесе – как потенциальные возможности изменить мир к лучшему. Весь вопрос, таким образом, в том, с какой позиции объяснять действия человека. Так, в теологии благотворительность может считаться актом во имя спасения души, в рамках социально-экономического подхода – стремлением самоидентифицировать себя и зафиксировать на той или иной ступени социального статуса, а экономика может трактовать это действие как альтруистическое и не приносящее выгоду.

Продукт человеческой цивилизации – деньги, призванный структурировать и упорядочивать экономические взаимодействия индивидов, прочно вошёл в нашу жизнь, укрепив свои позиции



во всех сферах деятельности человека (экономической, социальной, культурной и пр.), и, сформировав свою особую среду, уже сам, в свою очередь, оказывает воздействие на людей, которые его создали. Положительное или отрицательное – вопрос времени и других поколений. Ибо только они, оказавшись за пределами *нашей* жизни, находясь в рамках одобряемой обществом на момент их жизни объяснительной модели смогут сделать какие-либо существенные выводы, оценить последствия и предложить выход из сложившейся ситуации.

Литература

1. Барабанов Е. Искусство на рынке или рынок искусства // «Неприкосновенный запас». – №46. – 2002.
2. Долгин А. «Экономика символического обмена». М.: ИНФРА-М, 2006.
3. Зарубина Н. Деньги как социокультурный феномен: пределы функциональности// «Социологические исследования», № 7, 2005. Институт социологии российской академии наук, URL: <<http://www.isras.ru/files/File/Socis/2005-7/zarubina.pdf>>.
4. Зелизер В. «Социальное значение денег. Деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы». М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2004.
5. Кнорр-Цетина К., Брюггер У. Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // «Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики». Сост. В. В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004.
6. Лукша П. Экономика культуры - штрихи к науке нового века. «Неприкосновенный запас». – №6. – 2003.
7. Сусоколов А. А. Культура и обмен: введение в экономическую антропологию. М.: SPSL – «Русская панорама», 2006.
8. Щекова Е. Л. Труд добровольцев в сфере культуры в США и России// «Социологические исследования». – 2002. № 3.

