

Предисловие научного редактора

В.В. Радаев

«Это удивительное и вдохновляющее путешествие, позволяющее увидеть те роли, которые играли деньги в потреблении и культуре Америки XIX – начала XX веков», – так отозвался известный экономист Альберт Хиршман о книге Вивианы Зелизер «Социальное значение денег». Уместно привести также слова классика социологии Пьера Бурдьё: «Превосходно написанная, наполненная оригинальными и теоретически выверенными архивными материалами и иллюстрациями, книга «Социальное значение денег» является образцом скрупулезного и инновативного исследования не только для экономической социологии, но и для всех социальных наук». Слова эти сказаны не случайно. Представляемая Вашему вниманию книга несомненно является лучшим современным исследованием в области социологии денег и одной из наиболее интересных книг на социально-экономические темы¹.

Вивиана Зелизер – выпускница Колумбийского университета, получившая в его стенах в конце 1970-х годов докторскую степень, – ныне является профессором факультета социологии Принстонского университета. Зелизер – яркий представитель направления в современной американской экономической социологии, которое правомерно назвать культурно-историческим подходом². В центре всех ее исследований находятся проблемы ценностей, сложных смысловых систем и культурных навыков, сопровождающих хозяйственную деятельность и наполняющих ее специфическим содержанием.

* * *

В течение своей профессиональной карьеры Вивиана Зелизер опубликовала три очень примечательные книги, посвященных социокультурным основам денежных отношений. Первая из них – «Мораль и рынки: Развитие страхования жизни в США» – появилась на свет в 1979 г.³ Изучая экономическую историю девятнадцатого века, автор наталкивается на два странных обстоятельства. Первое заключалось в том, что до 1840-х годов, несмотря на все предпринимаемые усилия, никак не развивалось страхование жизни. Законодательство к тому времени этому развитию уже никак не препятствовало (страхование жизни было разрешено с начала XIX века), финансовые институты росли как на дрожжах, в том числе благополучно развивалось страхование морских путешествий, противопожарное страхование. А вот страхование жизни не двигалось с места. За год компаниям удавалось продать от силы с полдюжины полисов. Люди просто не желали их покупать.

Второе странное обстоятельство возникло в 1840-е годы, когда этот вид страхового бизнеса внезапно расцвел, и продажи страховых полисов начали возрастать по экспоненте. Возник вопрос: почему произошел этот взрывной рост, и что мешало ему раньше? И здесь Зелизер делает свой главный вывод: чисто экономическими факторами, связанными со структурой рынка и характером предлагаемых услуг, данные явления объяснить попросту невозможно. Не были серьезным препятствием на пути страхового бизнеса и технологические проблемы

¹ *Zelizer V. The Social Meaning of Money. New York: Basic Books, 1994.*

² Подробнее об этом подходе в новой экономической социологии см.: *Swedberg R. New Economic Sociology: What Has Been Accomplished, What Is Ahead? // Acta Sociologica. 1997. Vol. 40. P. 161–182.*

³ *Zelizer V. Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States. New Brunswick, N.J.: Transaction Books, 1983.*

расчета стоимости жизни, поскольку техника актуарных расчетов возникла много раньше – еще в семнадцатом столетии. Разгадка таится в совершенно иной области – в сфере культуры и идеологии.

Дело заключалось в том, что именно в страховании жизни денежные интересы пересеклись с объектами, которые являются носителями сакрального смысла. Предлагая новый страховой полис, рынок попытался измерить деньгами ни больше, ни меньше как жизнь и смерть человека, облачив отношение к ним в форму рыночного контракта. И в результате возникло сильное социокультурное сопротивление со стороны существовавшей в то время системы ценностей⁴. Ибо в западной культуре сформировалось представление о человеческой жизни как абсолютной ценности, которая, следовательно, не должна оцениваться грубым денежным эквивалентом. И страхование жизни было первоначально воспринято как нечто неприемлемое с моральной точки зрения. Подобный бизнес воспринимался как «грязный», вторгающийся в «святыя святых». На это наслаивались также разного рода традиционные предрассудки, связывающие жизнь и смерть человека с некими магическими явлениями. И даже современный, вполне образованный индивид продолжал испытывать иррациональный страх перед этими необъяснимыми фактами человеческого существования. Например, он мог считать, что написание завещания невольно приближает момент смерти и что, страхуя свою жизнь, ты невольно ставишь ее под сомнение, «искушаешь судьбу». Добавим, что сохранялись и некоторые религиозные запреты. И по крайней мере часть священнослужителей более традиционалистского толка решительно выступала против новой системы страхования.

Что же произошло во второй половине XIX века, почему страхование жизни стало настолько успешным, что даже бедные семьи начинали выкраивать последние центы из скудного семейного бюджета, чтобы отдать их назойливым страховым агентам? Конечно, здесь нельзя отрицать влияние экономических и структурных факторов. На фоне экономического роста повышалась покупательная способность основной массы населения, создавая основу для формирования сбережений – материальной базы страховых взносов. Происходила также достаточно интенсивная урбанизация населения. Все больше и больше людей отрывались от земли, и основным источником средств существования для них становилась заработная плата. Это порождало дополнительные риски – потеря основного кормильца, при невозможности прокормиться за счет земельного надела, легко могла превратиться для семьи в экономическую катастрофу.

Разумеется, и страховые компании тоже не дремали, пытаясь протоптать тропинки к семейным кошелькам. Они снижали ставки страховых взносов, активно работали с населением, продавливая его полуинстинктивное сопротивление, доходя до каждого домохозяйства, не брезгуя копеечными суммами. Активно использовались и средства массовой информации. Для пропаганды привлекались известные люди, в том числе более либерально настроенные священнослужители, которые поясняли, что страхование жизни – дело вполне богоугодное.

Но решающая причина преодоления социокультурных барьеров заключалась не в этом. Победа была достигнута благодаря тому, что ценностные ориентиры, вызывающие сопротивление страхованию жизни, были в конечном счете вытеснены другими ценностными ориентирами, которые этому страхованию благоприятствовали. Следуя известной поговорке, «клин вышибается клином».

Что же легло на чашу весов с другой стороны, благоприятствующей страховому делу? Там оказались не менее весомые плоды культуры. Например, задолго до появления страхового

⁴ О подобном сопротивлении общества безудержной экспансии рыночных отношений см.: [Полянй К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. СПб.: Алетейя, 2002.](#)

бизнеса существовала хорошо укорененная традиция тратить немалые деньги на похороны родных и близких. Причем, деньги тратились относительно независимо от благосостояния семьи. Даже самые бедные семьи в случае смерти родственников пытались «достойно проводить их в последний путь». Быть «похороненным как нищий» за счет государства или, как говаривали в советской России, в «марлевом гробу» – было величайшим позором, который мог серьезно уронить статус семьи в локальном сообществе. Приходилось напрягать последние материальные возможности (откладывать деньги, занимать их, просить помощи) для того, чтобы оплатить столь «необязательные» с точки зрения стороннего наблюдателя вещи как богатые траурные церемонии и щедрые ритуальные угощения, нацеленные на сохранение своего социального статуса.

В этой связи стоит добавить, что сакральное (не калькулятивное) отношение к жизни и смерти порождает определенные финансовые следствия. Перед лицом смерти деньги как бы теряют свое значение, в результате торговаться с «гробовщиками» считается не очень уместным делом. Именно поэтому, кстати сказать, похоронный бизнес столь успешен и прибылен. Он использует эту символическую связь между деньгами и смертью, которая параллельно помогала продвигать вперед и страховое дело.

Более благоприятный фон создавало, в свою очередь, развитие естественных наук. На смену фаталистскому отношению к жизни и смерти приходил более трезвый, рациональный (если не сказать циничный) взгляд, который трактовал смерть уже не столько как магический, сколько как медицинский и социальный акт, как следствие дурной жизни – несносных условий существования, нерадивого отношения к собственному здоровью. Жизнь и смерть все более представлялись как нечто доступное контролю со стороны человека и общества. Так появлялась еще одна социокультурная ниша для страхового бизнеса.

Происходили и более глубокие изменения на ценностном уровне, в том числе фундаментальная трансформация того, что считается «достойной смертью». Когда-то таковой считалась героическая смерть на поле брани. Впоследствии все чаще представление о достойной смерти рисовало тихий уход из жизни – в своей постели, в окружении родных, в присутствии священника, отпускающего грехи. Но что более важно, подобные идиллические картины включали и важные элементы финансового свойства. Новая концепция достойной смерти заключалась не только в том, чтобы надлежащим образом прожить свою жизнь. Уйдя из жизни, надо было оставить своим родным приличное содержание.

Так деньги открывали новые пути к бессмертию. Оставляя своим близким наследство (особенно если оно отдается не сразу, а частями), человек побуждал их периодически вспоминать о нем добрым словом. Более того, деньги позволяли отчасти регулировать жизнь своих близких после кончины, предоставляя (или не предоставляя) им дополнительные финансовые возможности, связывая (или не связывая) выдачу наследства с какими-то особыми условиями – например, когда выплата содержания вдове производится до момента ее очередного замужества, а сын получает предназначенную ему сумму только при поступлении в университет.

Таким образом, денежные отношения становятся ареной борьбы разных ценностных ориентаций, которые, изменяясь, тянут за собой сугубо финансовые последствия, изменяют содержание денежных отношений, придают им новые символические значения.

* * *

Название второй книги Зелизер может быть переведено как «Оценивая бесценного ребенка» или «Назначая цену бесценному ребенку»⁵. Она вышла в 1985 г. и вскоре получила премию

⁵ *Zelizer V. Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children. New York: Basic Books, 1985.*

Р.Миллса. В ней показывается та интересная эволюция, которую претерпели в современном обществе денежные отношения, связанные с положением детей.

Еще в восемнадцатом столетии в семьях наиболее массовых групп населения отношение к детям было достаточно утилитарным. Ребенок рассматривался как будущий работник, как защита состарившихся родителей, наконец, как наследник их имущества. Одновременно в бедных семьях он воспринимался как «лишний рот», которого нужно было как можно скорее приставить к каким-то полезным, а то и доходным занятиям. С малолетства дети активно участвовали в домашнем труде, а при возможности отправлялись на заработки. Таким образом, использование детского труда было вполне обыкновенным делом.

В период, который рассматривает В.Зелизер (1870-1930-е годы), начинаются весьма радикальные изменения, в результате которых «полезный ребенок» превращается в «иждивенца» – дорогого с эмоциональной и финансовой точек зрения. Разворачивается успешная борьба с детским трудом, который начинает расцениваться как «эксплуатация», и детей стараются убрать с рынка труда. Дети-работники остаются лишь по краям социальной структуры – на самом дне (детская проституция), в отсталых сельских районах или, наоборот, в элитных слоях (дети-актеры, дети-модели), переставая образовывать массовые группы. Затем, по крайней мере в средних классах, они убираются также и с улиц – проводя основную часть времени в семьях и в школах, где ставятся под более плотный контроль, становятся объектом повседневных дисциплинарных практик. Удлиняются сроки их образования. Более того, детей стремятся освободить даже и от домашнего труда – вполне для них посильного. Одновременно происходит огромный рост затрат на воспитание детей. Ребенок превращается в экономически бесполезное и эмоционально бесценное существо. Отношение к детям становится все более сентиментальным, лишенным сколь либо выраженного расчета.

Однако вывод детей за пределы рынка труда, их освобождение (по крайней мере частичное) от домашней работы не означает, что отношение к детям остается вне рыночных и денежных отношений вовсе. Рынок подбирается к детям с другой стороны. Вокруг детей возникают и стремительно развиваются новые сферы коммерческих отношений – страхования жизни, усыновления и продажи. Они порождают новые символические значения денег, которые не вписываются в обычные каноны рыночных сделок. Иными словами, покинув пределы рынка в качестве рабочей силы, дети вовлекаются в процессы коммерциализации в более гибких символических формах.

* * *

Тема «возвратно-поступательного» движения рынка продолжается и в представляемой вашему вниманию книге, которая посвящена одной из самых великих загадок, порожденных человеческим обществом. Это загадка природы и происхождения денег. Самыми острыми умами было исписано на эту тему немало страниц. Но и сегодня мы вынуждены признать, что не сумели открыть их тайну. Каждодневно сталкиваясь с деньгами и научившись относительно свободно ими оперировать, мы, как правило, не задаемся вопросом: «Что такое деньги?». Если же такой вопрос приходит на ум, то мы, увы, не находим достойного ответа. Говорят, что деньги – это то, на что можно купить все на свете. Но, во-первых, купить можно далеко не все, а во-вторых, благодаря каким свойствам деньги обретают эту удивительную покупательную способность? Скажут также, что деньги – это самый ценный товар. Но ценность бумажек, которые мы используем в качестве денег, минимальна и бесконечно далека от их номинальной стоимости, начертанной на этих бумажках. Что же придает им такую ценность, позволяя властвовать над умами и сердцами людей?

Социологов эта загадка, разумеется, не могла не волновать. Однако многие из них, поддаваясь идеям культурного пессимизма, полагали, что постоянно расширяющаяся сфера

рынка постепенно будет поглощать социальные и культурные отношения, подчиняя их калькулятивному расчету. Это удивительно, но многие социологи классического и современного периодов в своих оценках сущности и роли денег оказались во многом едины с экономистами. Принципиально критикуя утилитаризм, они оказались захвачены утилитаристской моделью, придерживаясь представления о деньгах как абсолютно заменяемом, качественно нейтральном, бесконечно делимом и совершенно однородном средстве рыночного обмена. А сами рынки рассматривались, вслед за экономистами, как довольно абстрактные и самодовлеющие экономические механизмы.

Под непосредственным влиянием экономической теории утвердилось и понимание того, что физические и социальные различия между деньгами остались уделом примитивных обществ, а современные деньги стали «универсальными» и более не обременены функциями ритуального и социального контроля. Они превратились во внекачественную субстанцию и всеобщего уравнивателя, универсального посредника и чистую символизацию обмена, воплощение абстрактной покупательной способности и абсолютно деперсонифицированную силу, которая способствует превращению социальных отношений в просчитываемые инструментальные связи, а всего мира, словами Г.Зиммеля, – в «арифметическую задачу»⁶. Именно эта трактовка послужила причиной того, что современные деньги как социальное отношение столь долго находились вне сферы пристального социологического анализа.

* * *

Главный тезис книги «Социальное значение денег», вышедшей в 1994 г. и получившей два года спустя особую премию Американской социологической ассоциации, состоит в обосновании явления множественности денег, которая противопоставляется более конвенциональному представлению о деньгах как о чем-то однородном и универсальном (причем, речь идет не примитивных, но о современных деньгах – рассматривается период конца XIX – начала XX столетий). Эта множественность денег реализуется в трех разных процессах:

- выпуск различных денежных единиц,
- использование денежных суррогатов,
- целевое распределение денег.

Начнем с того, что стандартизация официально выпускаемых денежных средств обмена – достижение не столь отдаленного прошлого. В.Зелизер указывает на то, что еще совсем недавно, в XIX веке, в экономике США циркулировало более пяти тысяч банкнот, выпущенных правительствами разных уровней. И даже законодательное установление в 1863 г. единой национальной валюты не устранило разномастности и разношерстности денежной массы, хотя степень ее однородности решительно возросла. Стандартизация же национальной валюты была достигнута здесь лишь в 1933 г.

Сохраняются различия и за пределами национальных государств. Становясь все более однородными внутри страны, деньги сохранили сотни национальных мундиров, позволяющих разные уровни взаимной конвертации. Конечно, глобальные финансовые рынки делают движение национальных валют все более взаимосвязанным. Более того, есть тенденция к сбрасыванию национальных мундиров и «переодеванию» в межнациональную униформу, как это произошло с возникновением евро на рубеже нового тысячелетия. Однако наряду с объединением наблюдается и обратная тенденция – к размежеванию. Так, чуть раньше возникновения зоны евро на месте единой рублевой зоны бывшего Советского

⁶ *Simmel G. The Philosophy of Money. L.: Routledge & Kegan Paul, 1990. P. 129, 444.*

Союза возникло полтора десятка суверенных территорий со своими самостоятельными национальными денежными единицами.

Заметим, что помимо обычных бумажных денег, государством выпускается масса разных кредитных денег в виде казначейских обязательств, облигаций внутреннего займа или налоговых освобождений. Важно также и то, что денежные единицы создаются отнюдь не только государством. В былые времена обычные частные предприятия (вплоть до отдельных магазинов) выпускали бумажные деньги и разменные монеты. Когда же эта практика была запрещена, они продолжали выпускать разного рода акции, облигации, товарные векселя, потребительские талоны, которые циркулировали в качестве *денежных суррогатов*. Все эти финансовые инструменты настолько многочисленны и разнообразны, что учет и контроль за совокупной денежной массой в современном хозяйстве, да и само определение того, что следует относить к “деньгам”, представляются весьма затруднительными⁷. Зелизер блестяще показывает, как государство и корпоративные организации одной рукой пытаются стандартизовать деньги, а другой рукой сами плодят различия между денежными единицами⁸.

Мир денежных суррогатов не сводится к разного рода ценным бумагам. Множественность денег порождается также путем вовлечения в сферу обращения разных предметов, которые, несмотря на свои физические различия, выполняют сходные обменные функции и (пусть в ограниченном объеме) замещают конвенциональные деньги. Из множества антропологических исследований известно, что в примитивных обществах деньги выступали в самых разнообразных натуральных формах. Их функции могли выполнять металлы, скот, раковины, шкуры, соль, и порою кажется, что нет такого предмета, который не играл бы роль денег хотя бы в каких-то сообществах на том или ином отрезке истории (не говоря о том, что в таком качестве выступал и сам человек).

Люди и сегодня стихийно вовлекают в обращение разные вещи, заставляя их играть роль «денежного эквивалента». У взрослых эти функции выполняют сигареты или алкогольные напитки, у детей в качестве «денег» используются фантики от конфет или жевательной резинки. Но дело, разумеется, не сводится к детским играм и взаимоотношениям сельской старушки с трактористом, которые перепахивает огород за две «поллитры». Периодически возникают волны *бартерного обмена* между предприятиями. Подобный род обмена в реформенной России стал более чем заметным явлением и в конце 1990-х годов достигал не менее половины всего товарооборота. В качестве «денежного эквивалента» использовались трубы и строительные материалы, автомобили и лекарства. Причем, причина развития бартерных обменов заключалась не только в нехватке денег в обращении или дефиците продуктов (когда натуральный продукт оказывается привлекательнее денег), но и, скажем, в попытках предприятий намеренно исказить стоимостные пропорции обмениваемых товаров, уйти от налогов, а на уровне домохозяйств – в желании людей обойти стесняющие социальные нормы, предписывающие, что неудобно брать деньги “от своих”.

* * *

⁷ См.: Mizruchi M., Stearns L.B. Money, Banking and Financial Markets / Smelser N., Swedberg R. (eds.). The Handbook of Economic Sociology. Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 318.

⁸ Приведем последний пример финансового творчества российского государства. Введение в 2004 г. специальных счетов для уплаты налога на добавленную стоимость приведет к тому, что российские предприятия не смогут распоряжаться до 20 % своих безналичных средств. Эта виртуальная валюта уже получила название «НДС-рублей» (Кобзев А. Деньги могут заморозить // Компания. 2003. № 46. 1 декабря. С. 38–41).

С течением времени люди уже не столь энергично пытаются превратить различные предметы в разновидность денег. Однако они не менее активно, чем раньше создают различия в способах использования и значениях уже существующих денег. И самый важный элемент, порождающий множественность денег, связан именно с этим дифференцирующим действием. Он вызван с тем, что люди производят разные денежные средства для разных типов социального взаимодействия. И это *целевое обозначение денег* является прямым порождением социальных сетей и ценностных ориентаций.

В традиционных обществах деньгам зачастую приписывались особые качества и особая ценность, не зависящая от их количества. На одни деньги можно было купить еду, на другие – жену, третьи – можно было подарить на свадьбу, четвертыми – откупиться за нанесенное оскорбление. «Неправильные деньги» либо просто не принимались, либо серьезно девальвировались по стоимости. Подобные явления хорошо изучены экономическими антропологами. К.Поланьи называл это «целевыми» деньгами⁹, М.Дуглас – «первобытной купонной системой»¹⁰. М.Вебер также указывал на существование денег, которые могли использоваться только женщинами или только мужчинами, являлись исключительным правом определенного сословия¹¹.

Однако, вопреки многим предсказаниям, целевые деньги в современном обществе никуда не исчезли. Сплошь и рядом государством, общественными и коммерческими организациями выдаются «связанные» деньги, предназначенные на строго определенные цели (гранты на исследования, потребительские и ипотечные кредиты, социальные пособия). В частности, Зелизер подробно рассказывает о тех дискуссиях, которые породила практика оказания социальной помощи бедным семьям. Дело в том, что выдача денежных пособий, не связывающая получателя никакими обязательствами, долгое время считалась неприемлемой, распространившись лишь в 1920-е годы. По мнению благотворителей, реципиенты помощи не обладали достаточной экономической культурой, чтобы рационально потратить полученные деньги, норовили потратить их на табак, виски и другие «аморальные потребности». Поэтому чаще всего им предписывалось не только то, что нужно покупать на полученную сумму, но и где покупать, т.е. их приписывали к определенным магазинам. Денежные выплаты также часто заменялись денежными суррогатами – талонами на уголь или продуктовыми карточками. И социальные работники следили за тем, чтобы эти талоны и карточки шли по прямому назначению. А в некоторые периоды денежные суррогаты и вовсе замещались натуральной помощью – в виде раздачи продуктовых корзин или зимней одежды.

Интересно, что такого рода целевые деньги активно использовались для обучения бедных семей основам рациональной бухгалтерии и воспитания потребительских привычек, основанных на моральных принципах. Социальные работники составляли вместе с ними семейные бюджеты, сообща ходили за покупками и порою пытались контролировать не только расходование помощи, но и собственных денег данных семей. Деньги превращались в эффективный дисциплинарный инструмент, воспитывающий нового потребителя и гражданина.

⁹ Поланьи К. Экономика как институционально оформленный процесс // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 2. С. 62–73 (<http://www.ecsoc.msses.ru>).

¹⁰ Douglas M. Primitive Rationing, in: R.Firth (ed.). Themes in Economic Anthropology. L.: Tavistock, 1967. P. 119–145.

¹¹ «На первобытных ступенях развития деньги дифференцированы, смотря по полу обладателя, так как женщина не может владеть тем же денежным благом, как мужчина... Далее встречается сословное разделение денежного имущества на деньги, употребляемые вождем, с одной стороны, и обыкновенными членами племени, с другой» (Вебер М. История хозяйства. Петроград: Наука и школа, 1924. С. 155).

Не мудрено, что способы расходования денег становились ареной борьбы между донорами и реципиентами. Получатели денежной помощи имели свои представления о том, что является предметом необходимости, а что относится к сфере необязательных трат и предметов роскоши. Они пытались обойти бюрократические барьеры, переопределить деньги и перенаправить их на иные цели в соответствии со своими этническими, гендерными и возрастными пристрастиями. А поводов для спора в этой области возникает немало. В самом деле, куда мы отнесем, например, мороженое для детей – к предметам необходимости или «необязательным» тратам?

Однако и без всякого давления со стороны государства и общественных организаций люди сами дифференцируют официальные платежные средства, превращая их в разные деньги, даже если физически они не содержат никаких видимых отличий. Подобное «социальное производство» денег выражается в трех взаимосвязанных процессах:

- деньги по-разному обозначаются в зависимости от источников их получения;
- деньги разнятся в зависимости от того, кем они используются;
- деньги различаются в зависимости от своего целевого предназначения.

С экономической точки зрения это выглядит абсурдно, но наше отношение к одной и той же сумме денег во многом определено тем, как она нам досталась: выиграна в лотерею или получена в подарок, получена в виде регулярного месячного жалования или заработана ценою дополнительных усилий и перегрузок. Для каждого вида “легких” и “трудных” денег есть свои наиболее вероятные способы трат и свои негласные запреты. Так, Зелизер приводит пример проститутки, которая считала невозможным жертвовать заработанные на панели деньги на нужды церкви, считая их «грязными» деньгами и отыскивая для пожертвований другие, более благопристойные источники дохода. Замечено также, что «легкие» и «грязные» деньги тратятся быстрее и более «легкомысленно» - их обладатели как бы стараются от них поскорее избавиться. Отношение к деньгам зависит и от их физической формы. Например, невидимые “электронные” деньги с кредитной карточки тратятся легче, чем наличные.

В экспериментальной экономической теории было продемонстрировано, что даже если суммы денег абсолютно идентичны, люди совершенно по-разному воспринимают неожиданные доходы, когда в одном случае речь идет о премии, а в другом – о наследстве¹². Добавим, что этот «субъективный бухучет» имеет не индивидуальный характер, он неразрывно связан с существующим социальным контекстом.

Зелизер показывает также, что способы расходования денег могут зависеть от того, кто их заработал. Деньги, полученные мужчиной как основным кормильцем, ребенком, отправленным на заработки, и домохозяйкой, взявшей работу на дом, чтобы пополнить домашний бюджет, получают разный статус и расходуются на разные цели. Например, деньги, заработанные женщиной, независимо от их размера, долгое время расценивались лишь как вспомогательный доход, или «несерьезные деньги».

Сохраняются различия между деньгами и в зависимости от того, кто их использует. Например, по трудно объяснимым причинам карманные деньги могут иметь только мужчины и дети, а женщина, будучи как правило распорядителем семейного бюджета (по крайней мере, в части текущих расходов) такой привилегии лишена. В целом распределение денег в домашнем хозяйстве определяется не только и не столько соображениями экономической эффективности, сколько сложным комплексом воззрений на семейную жизнь, взаимоотношениями полов и принадлежностью к социальному классу. Так, Зелизер

¹² *Kahneman D., Tversky A. The Psychology of Preferences // Scientific American. 1982. No. 246. P. 160–173.*

обращает наше внимание на то, что в высшем и среднем классе жены получали от своих мужей нерегулярную помощь или, реже, регулярное содержание на ведение домашнего хозяйства. В рабочем классе, напротив, жене передавался весь заработок мужа.

Автор демонстрирует и те трудности, которые могут возникать при определении статуса денег, получаемых тем или иным членом семьи. Например, как следует расценивать деньги, которые мужчина, выступающий в качестве основного кормильца, отдавал женщине на ведение совместного хозяйства? Это не было подарком, даже если их выдача целиком зависела от прихотей мужчины, а женщине приходилось выпрашивать каждый цент. Не было это и оплатой услуг женщины, хотя она и выполняла массу домашних обязанностей. Не рассматривались эти деньги и как справедливая доля женщины в семейном бюджете, оставаясь собственностью мужчины-заработчика даже после их передачи супруге (Зелизер приводит удивительный пример, когда мужчина по решению суда отобрал у жены деньги, сэкономленные ею за 25 лет их совместной жизни в результате рационального ведения домашнего хозяйства). Пройдет немало времени, прежде чем произойдет переход сначала от нерегулярных подачек к выделению регулярного содержания, а затем – к совместным счетам. Но даже когда полученные деньги и совместно нажитое имущество начинают квалифицироваться как собственность обоих супругов, раздел такой собственности представляет собой немалую проблему.

Важную роль играет и *целевое использование денег* в соответствии с их хозяйственным и социальным предназначением. По мнению Зелизера, это явление отнюдь не маргинального характера. Оно выражает «социальное движение», столь же мощное, сколь и официальное создание законных средств платежа. Ее книга изобилует историческими примерами подобного хозяйственного творчества. Иногда оно приводит к физическому разделению денежных сумм, и возникает причудливая «бухгалтерия жестяных банок», когда деньги, предназначенные для разных нужд, хранятся порознь в отдельных сосудах или надписанных конвертах. Со временем на смену жестяным банкам приходят специальные банковские счета (например, с начала XX века, распространились счета для «рождественских вкладов», на которые откладывались подарочные деньги). Но даже если физического разделения денег не происходит, невидимые перегородки между разными деньгами воспроизводятся с завидным постоянством. Существуют «мучные» и «топливные» деньги, «карманные деньги» и «деньги на булавки», деньги на отдых и на образование ребенка, деньги на свадьбу и на похороны. Таким образом, в семейном бюджете нет «единого кошелька». Этот бюджет изборозжен многочисленными межевыми линиями, разделяющими сегменты «целевых денег». И перелив средств между статьями семейного бюджета, даже если ими распоряжается один и тот же человек, ограничен.

Экономист, как правило, интересуется масштабами личных доходов, сбережений и трат, он безразличен к их мотивам. Но именно эти мотивы во многом определяют то, как и при каких условиях деньги будут потрачены или сменят свою форму. Причем речь идет не об индивидуально-психологических предпочтениях. Например, понимание того, что значит «хорошо потратить» или «хорошо вложить» свои деньги, различается по социальным группам (у одних это могут быть книги, у других — машина или бытовая техника, у третьих – развлекательные поездки).

Зависимость характера денег от их целевого предназначения и формы существования проявляется не только в жизни домашних хозяйств, но и в деятельности предприятий. Например, в советской административной системе деньги представляли собой множество учетных единиц с ограниченной покупательной способностью, предписываемой их целевым назначением: деньги, выделенные на капитальные вложения и на заработную плату, были разными деньгами, они не подлежали обмену друг на друга, а их реальная ценность существенно различалась. Или, например, более дефицитные наличные деньги во многих ситуациях оказывались в несколько раз дороже безналичных.

Далее, в зависимости от социально обусловленного целевого предназначения денег денежные операции могут сильно отличаться от обычных рыночных сделок. Так, взятка отличается от подарка, подарок отличается от чаевых, а все вместе они разнятся с обычным рыночным обменом. Каждый способ расходования денег предполагает определенные социальные условия в виде институтов (правил поведения), предписывающих размер надлежащих денежных сумм, способы их передачи и круг лиц, которым такого рода деньги могут быть переданы. Нарушение установленных правил (вручение слишком маленькой или слишком большой суммы, передача денег не тому лицу или в ненадлежащих обстоятельствах) или несоблюдение соответствующих ритуалов разрушают коммуникацию, воспринимаются как непристойность, расцениваются как подрыв репутации или даже как нарушение закона.

Известно, что дача *взятки* отличается от покупки товара в магазине. Она опирается на первоначальное выстраивание необходимых связей, сопровождается специфическими ритуалами, маскируется под оплату каких-то мифических или реальных услуг.

Особой разновидностью денег являются *чаевые*, которые в сильной степени являются социальной нормой, трудно объяснимой с экономической точки зрения. Они ведь не являются прямой оплатой услуг, не обязательны с формальной точки зрения и совершенно «не рациональны» («санкция» за несоблюдение этой нормы может сводиться к кривой усмешке официанта, которого клиент, скорее всего, больше никогда не увидит). Подобные нормы к тому же различаются по странам – например, в Японии чаевые не приняты, в ряде азиатских стран они включаются в счет, а в большинстве европейских стран они непременно ожидаются обслуживающим персоналом, причем, их размер меняется от страны к стране. Примечательно, что в силу своей смысловой неопределенности долгое время чаевые уподоблялись взяткам и считались «аморальными деньгами». Даже предпринимались попытки их законодательного запрещения как формы плохо замаскированного вымогательства.

Сложная историческая судьба ожидала и *денежные подарки*. Казалось бы, деньги, на которые можно купить «все, что захочется», и являются наилучшим подарком, дающим получателю возможность реализовать свои собственные желания и освобождаящим, вдобавок, дарителя от мучительных раздумий и траты времени на поиски необходимой вещи. Однако во многих случаях денежные подарки расцениваются как нечто нежелательное и даже недопустимое. Например, их вполне можно подарить на свадьбу, но не очень красиво преподносить на день рождения, пристойно подарить деньги человеку, с которым находишься с близких родственных отношениях, но нельзя дарить их тому, с кем таких отношений не существует. Причем, правила различаются по социальным группам (чем выше статус, тем денежные отношения становятся деликатнее). Зелизер показывает, что распространение денежных подарков сопровождалось почти неизменным камуфлированием денег как таковых посредством красочных упаковок, гравировок и надписей. Люди как бы стыдятся быть рациональными в столь грубой и откровенно форме, которую предлагают им деньги.

Конечно, существование множественности денег в современный период не столь заметно, как в случае первобытных общества: многие физические границы между ними стираются, а социальные границы по природе своей более невидимы. Но от этого множественность денег не исчезает. И умение обращаться с разными денежными единицами входит в «джентльменский» набор всякого современного человека. Причем, для оперирования деньгами недостаточно ознакомиться с прейскурантом продуктов и услуг (который, вдобавок, может и отсутствовать). Оно предполагает локальное знание и наличие определенных культурных навыков, позволяющих справиться с денежными проблемами и «не потерять лица» в глазах окружающих.

В заключение, чтобы избежать возможных недоразумений, нужно отметить, что Зелизер не отрицает тенденции к универсализации денег и их возрастающей однородности. Утверждается другое: тенденция к их универсализации сопровождается иной, прямо противоположной тенденцией – к дифференциации денежных единиц, которая не просто следует вслед за первой в качестве компенсаторной реакции. Она реализуется *вместе* с первой тенденцией. С развитием капиталистического хозяйства происходит вовлечение в сферу денежного обмена вещей и человеческих навыков, которые ранее не подлежали купле-продаже, более того, считались сакральными, защищенными от механизмов рациональной калькуляции (как мы уже показали в случае со страхованием жизни). Однако вовлечение новых объектов в рыночный обмен не приводит к установлению однородности в социальной и хозяйственной жизни. Действиями людей порождаются новые, особые рынки, а также новые специфические денежные единицы, которые отличаются от всех прежде существовавших единиц.

Итак, социальное производство множественных денег осуществляется путем ограничения сферы их использования, регулирования способов распределения. Люди также изменяют внешний вид денег, придают определенным денежным операциям особый смысл, выделяют круг надлежащих пользователей, различают приемлемые и неприемлемые способы заработка. При этом здесь происходит переплетение официальной институционализации денег бюрократическими способами, их социального «одомашнивания» в рамках семьи и персонализации в межличностных отношениях. Распространение денежных отношений сопровождается физическим и символическим разделением и маркированием денежных единиц, их специфическим целевым обозначением. Деньги, сила которых, казалось бы, содержится в их одинаковости, устойчиво воспринимаются людьми по-разному и используются очень разными способами, подтверждая парадоксальную с экономической точки зрения истину о том, что «доллар доллару рознь».

* * *

Все три книги Вивианы Зелизер, о которых мы коротко рассказали в данном предисловии, посвящены одному историческому периоду (второй половине XIX – началу XX веков), чрезвычайно важному и в каком-то смысле переломному для становления современного общества, когда оно начало стремительно приобретать черты, которые сегодня нам кажутся столь привычными, существующими изначально. И во всех книгах исторический анализ сочетается с нетрадиционным и непривычным для экономического мышления социокультурным подходом к денежным отношениям.

Этот удачный симбиоз исторического и социокультурного подходов помогает понять, что экономические явления, которые сегодня кажутся совершенно естественными, еще недавно отвергались обществом или попросту отсутствовали. Они стали следствием проникновения социальных элементов в ткань хозяйственных отношений, ее видоизменения и наполнения определенным смыслом. Для того, чтобы проследить, как происходит этот процесс, нужен внимательный («незамыленный») взгляд и время. Тогда за застывшими структурами открывается новый мир социальной динамики, в котором экономическая рациональность оказывается под вопросом, превращается в предмет символической борьбы между разными социальными группами.

Следуя указанному подходу, автор отказывается от взглядов, характерных для «старой» экономической социологии Т.Парсонса и Н.Смелсера, корректирующих экономическую модель рынка путем введения неэкономических ограничений. Она отвергает искусственное дихотомическое деление на «рыночное» и «нерыночное». Зелизер видит свою главную задачу в том, чтобы представить рынок как категорию социальных отношений и культурных ценностей, смещая фокус исследования на проблему выявления исторических вариаций множественных рынков.

При этом, однако, Зелизер стоит несколько особняком от «мейнстрима», представленного американской новой экономической социологией, которая с середины 1980-х годов пытается работать с экономическими концепциями на территории самих экономистов, активно заимствуя их терминологию и используя сходные методы формального моделирования. Работы Зелизера в этом отношении более социологичны в традиционном понимании и связаны с использованием «более мягких», качественных исследовательских методов и описательным изложением.

Интересно также, что в отличие от многих профессиональных историков, чья доблесть часто оценивается, прежде всего, введением в оборот каких-то ранее закрытых или затерянных архивных документов, здесь анализ строится во многом на относительно доступных данных – статьях в модных журналах и письмах, написанных в редакции этих журналов, заключениях разного рода комиссий, пособиях по этикету или ведению домашнего хозяйства. Но от этого анализ не становится менее интересным или менее значимым.

И последнее замечание. Несмотря на кажущуюся легкость текста для чтения, мы столкнулись с немалыми трудностями в процессе перевода. Прежде всего, это касается терминов из прошлого, которые сейчас уже не столь употребимы. Но речь идет также и об элементах специальной терминологии. Например, подобная трудность возникла при переводе одного из ключевых терминов книги – *earmarking*. В результате, в зависимости от контекста, этот термин переводится нами разными понятиями – как целевое обозначение, целевое предназначение или целевое распределение денег. Перед нами один из случаев, когда одному слову в английском языке соответствует несколько близких понятий в русском языке. Но бывают и обратные случаи. Например, слова «*money*» и «*monies*» переводятся одинаково, ибо в русском языке деньги не имеют множественного числа. Или же, следуя специфическому контексту данной книги, приходится переводить «*monies*» как «множественные деньги». К этому добавляется также термин «*currency*», под которым понимаются не разные валюты (или далеко не только валюты), а скорее разные денежные единицы – понятие, довольно далеко выходящее за пределы традиционного понимания национальных валют.

Первая «тренировка» такого перевода состоялась при работе над статьей Зелизера «Создавая множественные деньги», вышедшей в одном из наиболее известных экономико-социологических сборников под редакцией Р.Сведберга¹³. Данная статья стала первой работой Зелизера на русском языке и была опубликована нами в электронном журнале «Экономическая социология»¹⁴. Теперь пришла пора и всей книги. Уверен, что читатель получит от нее немалое удовольствие.

¹³ Zelizer V. Making Multiple Money, in: Swedberg R. (ed.). *Explorations in Economic Sociology*. New York: Russel Sage, 1993, p. 193-212.

¹⁴ Зелизер В. Создание множественных денег // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 4. 2002. С. 58–72 (<http://www.ecsoc.msses.ru>).