

УДК: 1:336.74: 316.28: 124.5

Культурний феномен грошей у світлі комунікативної філософії**Зоя Скринник***Львівський банківський інститут Національного банку України,
проспект Т. Шевченка, 9, Львів, 79005, Україна, kgd@lbi.wubn.net*

Застосовано методологію теорії комунікації, щоб проаналізувати умови та виявити загальні моделі комунікативних практик, медіумом яких виступають гроші. Розглянуто гроші як знакову форму кодування людських взаємин, змістом яких є конвенційно прийняті правила економічної поведінки людей. Роль та місце грошових відносин у структурах комунікативних практик визначено через введений Ю. Габермасом концепт комунікативної дії, який виражає активну практичну позицію людини в контекстах соціуму, спрямовану на зустріч з іншою людиною.

Ключові слова: гроші, соціальна природа грошей, комунікація, комунікативна дія, раціоналізація, інструментальна раціональність.

Весь соціальний досвід пострадянських років українців пронизаний гострими проблемами, пов'язаними зі зміною ролі грошей у їхньому життєвому світі: втрата заощаджень, катастрофічна інфляція першої половини дев'яностих років, масове зубожіння, фантастичне розбухання тіньових та кримінальних капіталів, шахрайство "фінансових пірамід", які й тепер ще не відійшли в минуле. Щоб не втратити себе у розбурханому морі ринкових відносин, які проходять болісний етап становлення, треба, щоб люди усвідомлювали як небезпеки, породжені грошима, так і свої можливості протистояти їм. Це актуально завжди, але в Україні сьогодні потреба в усвідомленому і, сказати б, тверезому ставленні до грошей – особлива. У філософських виданнях останніх років у пострадянських країнах з'являються праці, присвячені проблемам формування адекватних соціальним реаліям морально-етичних засад для людини в її господарській діяльності. Зокрема варто відзначити такі з них: І. Панкевич "Мораль як обмежувач здійснення права людини і громадянина" [10], Л. Тутов "Праця як основоположний феномен життя у філософії господарства" [15] та "Проблема пізнання у філософії господарства" [14], С. Корнієнко та Т. Корнієнко "Філософські проблеми економічної парадигми XXI століття" [6], А. Гарник "Право і мораль у світлі дискурсивної етики: передумови формування нової філософсько-правової парадигми" [4], Л. Ситніченко "Суспільна угода": метафора чи методологічний принцип сучасної політичної філософії" [13], Б. Братаніч "Проблемне поле дослідження філософських основ маркетингу" [2], Л. Никифорова "Ідентичність особистості в умовах ринкового суспільства" [9], О. Сердюк "Перспективи ареотологічної етики як однієї з концепцій етики бізнесу" [11], Д. Мос "Пропущена ланка між теорією добросовісності та етикою бізнесу" [8], Т. Сидорина "Соціальна політика – спроба філософської інтерпретації" [12], Р. Богачов "Принципи побудови та аналізу взаємовідносин у соціально-економічних системах" [1].

Водночас опубліковано дуже мало праць, у яких розглядалася б сутність грошей як феномена культури та їх вплив на життєвий світ людини поза економічними відносинами, хоч наявність такого впливу очевидна. Цікавою і за змістом, і за оригінальністю вибору предмета дослідження є монографія А. Мазаракі та В. Ільїна "Філософія грошей" [7].

Новизна підходу, запропонованого у цій статті, полягає в тому, що ми застосуємо методологію теорії комунікації, щоб здійснити аналіз умов та виявити зага-

льні моделі комунікативних практик, медіумом яких виступають гроші. Важливим є те, що комунікативна філософія зорієнтована на осмислення практичних вимірів людського буття – повсякденного спілкування та життєвого світу людини, в якому синтез емпіричного досвіду відбувається не “в надрах” трансцендентальної самосвідомості, а в міжособистісному просторі універсальної комунікації.

Гроші виникли і розвинулися внаслідок потреби людей узгоджувати свої позиції та інтереси у господарській діяльності. Тому для розуміння соціальної природи грошей важливо побачити їх як медіум соціальних комунікацій. Їх виникнення детермінувало вироблення і кодування у знаковій формі нових вербальних, поведінкових, ситуативно-речових кодів, змістом яких стали конвенційно прийняті правила, що регулювали нові, до того часу не чинні, форми поведінки людей.

Роль та місце грошових відносин у структурах комунікативних практик ми визначаємо через уведений Ю. Габермасом концепт комунікативної дії, який виражає активну практичну позицію людини в контекстах соціуму, спрямовану на зустріч з іншою людиною. Для розуміння грошових відносин як комунікативної дії головним є той її аспект, у якому вчений застосовує це поняття як ключ для розуміння загроз життєвому світові людини з боку господарських та бюрократичних механізмів – загроз перетворення особистісних стосунків на об’єкт управління або ж на товар.

Історичне буття грошей можна розглянути як еволюцію їхньої знакової природи, процес абстрагування та ідеалізації, перехід від тотожності знакової форми та смислового наповнення в натуральних грошах до перетворення сучасних грошей у віртуальну реальність. При цьому в усе більш адекватній формі виявлялася соціальна природа грошей як феномена культури. У процесі еволюції грошей можна виділити такі етапи:

- Виникнення та розвиток ненасильницьких форм обміну матеріальними цінностями між людьми: 1) дарування; 2) перетворення одностороннього акту дарування на двосторонній (виникає новий смисл людських стосунків, заснованих не на кровній спорідненості або насильстві, а на господарському партнерстві); 3) виділення конкретних пар продуктів, які обмінюють (осмислення еквівалентного характеру обміну); 4) поява місцевих натуральних грошей (єдиного для даної культури символу-еквівалента, з яким співміряється значущість будь-якого товару).

- Поява монетних грошей як граничного рівня репрезентації організованої суспільної волі у сфері обміну товарів: завершується процес “розходження” значення окремого товару та значення універсального еквіваленту всіх товарів, утвердження самостійного буття соціального символу, який не має (як правило) іншого застосування, ніж представництво соціальних значень інших речей.

- Виникнення банкнот, зроблених з паперу, але розмірних на золото – фізичне відділення у просторі і часі знаку – паперу, засвідченого певним законним чином – від його значення, тобто золотого забезпечення.

- Кінець світової валютної системи, заснованої на золоті, відмова від золотого забезпечення паперових грошей і перехід до забезпечення соціального – довіри до здатності держави контролювати стихію ринкових процесів.

- Поява електронних грошей та кредитних карток. Гроші втрачають предметно-чуттєву форму, перетворюються в інформацію в чистому вигляді, як упорядкована знакова система, призначення якої – задавати алгоритм, порядок, матрицю функціонування метасистеми економічного життя. Інформація перетворюється у субстанційну основу сучасної економічної реальності.

Комунікативна природа грошей дає змогу бачити в них варіант спрощеної спеціалізованої мови. Відповідно культурну функцію грошей можна інтерпретувати з

позицій теорії лінгвального кодування: мова створює матрицю сприйняття людиною її життєвого світу. В якості медіуму ринкових відносин гроші стали “замінником” природної мови у функціонально стандартизованих діях обміну товарів та послуг. Часткове заміщення повсякденної мови збіднілим та стандартизованим аналогом, по-перше, призводить до розвантаження власне експресивно-комунікативних практик від невластивих їм функцій, і, по-друге, забезпечує у господарських комунікаціях дотримання таких необхідних вимог, як еквівалентність обміну, однозначність смислу, співмірність соціальних дій учасників господарських процесів.

Вихідним принципом філософії комунікації є положення про те, що мова – це субстанція, яка скріплює суспільство в певне органічне ціле. Гроші, за своєю суттю, є “спільним знаменником”, механізмом повсякчасного, повсюдного, універсального ототожнення смислів речей у спілкуванні людей. У такій якості вони постають як засіб для досягнення порозуміння, причому в незрівнянно ширших масштабах, ніж це було у безгрошовому соціумі. У сучасному суспільстві простежується тенденція до перетворення грошей у метамову універсального спілкування необмеженої комунікативної спільноти, що ми розглядаємо як загрозу для процесу справжнього соціального порозуміння.

“Мова грошей” вносить корективи в усі процеси соціальної комунікації та інтерпретацію усіх інших смислів. Саморегуляцію і начебто “власний” вибір людиною смислів, якими вона керується, можна визнати реальністю хіба лише як власний вибір мови спілкування. Людина, яка орієнтується здебільшого на грошові коди, сприймає і реалізує в усіх сферах життя (а не лише в економічній) ринкові моделі, а саме інструментальної, цілераціональної поведінки.

“Мова грошей”, після того, як люди її винайшли й опанували, змінила їх світосприйняття, створила нову культуру, докорінно відмінну від культури “безгрошового” соціуму. Поява монетних грошей співпадає з історичною добою, означеною К. Ясперсом як “осьовий час”, починаючи з якого людина почала ставати такою, якою вона є до нині. Правомірно стверджувати, що існує певний причинно-наслідковий зв'язок між ринковим устроєм грецької держави, що розвинувся завдяки винайденню монетних грошей, і світоглядним поворотом, який утвердив раціональність як основу ставлення людини до світу. Огляд історичних подій, якими було позначене й економічне, й духовне життя Європи, дає змогу побачити кореляцію між розвитком товарно-грошового обігу та утвердженням раціоналістичних засад у європейській культурі. Періоди спаду і стагнації ринкової активності співпадають у часі з домінуванням ірраціоналістичних течій у духовній культурі, тоді як активізація процесів у товарно-грошовій сфері – зі зростанням інтересу до можливостей розуму та наукового пізнання.

Доба модерну, типовою ознакою якої є прагматично-діловий підхід до світу, протиставила *ірраціональному* прагненню до збагачення, яке було притаманне людям в усі епохи, механізм, що раціонально регламентує це ірраціональне прагнення – точний розрахунок. Гроші стають головною умовою та інструментом досягнення раціональності. Внаслідок проаналізованого М. Вебером історичного процесу утвердився сучасний нам тип цілераціональної підприємницької діяльності, в якій гроші стали втіленням *формальної раціональності*, замкненої на цілях, що не виходять за межі економічної вигоди.

У філософських дослідженнях, як правило, в якості джерела інструментальної раціональності розглядають сциєнтистське мислення. Проведений аналіз та історичний огляд мають привернути увагу до другого (за рахунком, але не за значенням) джерела цілераціонального, “вільного” від моральних засад, заснованого лише на прагматичному розрахункові ставлення людини до світу – соціальної реальності грошових відносин.

Комунікативна природа грошей в онтологічному вимірі – це роль, яку вони відіграють у структурах та процесах життєвого світу. Провідний напрям утвердження грошових кодів у людських стосунках – це роз'єднання суспільства на життєвий світ та систему. Виникнувши у комунікативних контекстах життєвого світу, гроші поступово відділилися від них і разом з політичною владою утворили самостійні коди, які стали інструментами системної колонізації життєвого світу. У модерну добу система тоталізується, а контексти життєвого світу відходять на задній план і маргіналізуються.

Чим вища складність суспільства, тим інтенсивніше іде процес відсторонення системи від життєвого світу, внаслідок чого відбувається вивільнення політичної та економічної сфер від нормативних приписів, підпорядкування їх виключно прагматичному розрахункові. Зрештою система починає дезінтегруючим чином впливати на життєвий світ, витісняючи його на периферію соціального життя, він стає “провінційним”, “уречевленим”. Паралельно відбувається поляризація соціуму на державну владу і громадянське суспільство.

У цьому процесі місце економічної діяльності у життєвому світі докорінно трансформується, внаслідок чого виникла економічна система, яка регулює свій внутрішній рух та обміни з її неекономічним оточенням (приватним господарюванням та державою) через монетарні канали – влада прирівнюється до грошей. Розмежованість держави і суспільства остаточно долається, економіка та державний апарат виступають як єдина системна сутність, що протистоїть комунікативній природі життєвого світу. Відповідно керована монетарними кодами економічна та керована владою адміністративна системи однаково стають загрозами для суспільної цілісності.

На місце традиційних чинників інтеграції життєвого світу, які є цінностями та традиціями культури, монетарні коди приводять свої схеми інтеграції соціуму. Це реально існуючі й діючі структури взаємин між людьми, опосередковані медіумом грошей. Обмін грошей та товарів – специфічна форма соціальних зв'язків, у якому гроші постають як реальне предметне втілення зв'язку між людьми – об'єктивовані соціальні відносини.

Ще за часів Золотого стандарту, який сформував основу міжнародної валютної системи, людство було вперше об'єднане конкретно-чуттєвою реальністю спільних грошей. У постіндустріальну добу, пройшовши тривалий період існування в конкретно-національних формах, вони готові знову стати світовими у новому вигляді – як електронні гроші, що стають одним з провідних чинників глобалізації.

Загальну спрямованість і зміст трансформації, якої зазнало соціальне життя внаслідок експансії грошових відносин, можна визначити як системну раціоналізацію. Водночас, на противагу комунікативній раціональності, гроші репрезентують інструментальну та стратегічну раціональність. Усі успіхи людського розуму – результат утвердження раціональності, проте платою за ці успіхи стає загроза втрати смисложиттєвих вартостей людини через домінування її інструментальної моделі. Раціоналізація – закономірний процес, що триває та набирає все більших масштабів. Зазвичай, його головним чинником вважають сцієнтистське мислення. Ми прагнемо показати, що опорою наступу раціональності також є прагматична життєва позиція “економічної людини”, яка будує свої стосунки зі світом на основі калькуляції прибутків і збитків, здебільшого у грошовому вимірі. “Криза сучасного європейського розуму” виявляється в тому, що утверджувана ним раціональність підриває основи традиційного життєвого світу, витісняючи його нормативні контексти.

“Колонізація” життєвого світу раціональністю елімінує із повсякденного життя морально-практичні елементи, їх замінюють функції та імперативи систем госпо-

дарства і влади, економічна та адміністративна раціональність проникає у ті сфери життя, в яких соціальна інтеграція та ідентичність споконвічно опиралися на культурні цінності та виховання, на нормативні зразки поведінки, освячені культурною та релігійною традицією. Внаслідок цього формується “одновимірність думки та поведінки” людини – новий, найбільш небезпечний вид тоталітаризму: тоталітарним стає сам виробничий механізм. У цьому новому тоталітаризмі гроші постають як чуттєво-наочне вираження “одновимірності”, універсальний посередник, що пов’язує людину з усіма формами споживання, які є, по суті, формами соціального контролю над нею. По-друге, раціоналізація життєвого світу виявляється в економіко-культурному явищі “комодифікації” – перетворенні матеріальних культурних об’єктів на товар, що зводить все багатство життєвого світу людини до грошей. Культура, залучена до процесу комодифікації, перетворюється на галузь економіки. “Примирення” цінностей культури та цінностей ринку відбулося парадоксальним чином – культура сама опиняється серед учасників ринку.

Проект повернення до життєвого світу, який пропонує комунікативна філософія, ґрунтується на ідеї, що ідеал розуму не вичерпується цілераціональністю, яку виплекала модерна доба. Необхідно віднаходити нові, досі не відкриті, ресурси у самій раціоналізованій всім попереднім розвитком людині. На противагу постмодерному запереченню ідеалу раціональності Ю. Габермас висловив потребу подолати надмірні претензії цілераціональності, яка намагається зайняти місце розуму. В комунікативному підході відбувається своєрідне подвоєння раціональності: всередині змістового поля раціональності розрізняються *цілераціональність*, яка визначається когнітивно-інструменталістським змістом, та *процедуральна раціональність*, яка містить морально-практичний та експресивний виміри. Якщо в традиційному розумінні раціоналізація означає акумуляцію істинного емпіричного та аналітичного знання, то комунікативна раціональність означає усунення вимушених стосунків між людьми. Відтак, життя, скеровуване традицією, змінюється життям, що керується комунікативним розумом.

У “силовому полі” двох типів раціональності, перебуваючи в кожен момент свого життя у ситуації вибору, людина знаходить у репрезентованих їй моделях поведінки два протилежні варіанти *логічно правильних* (кожна у рамках своєї системи значень) відповідей на одні й ті самі питання: цілераціональну систему смислів, квітесенцією якої постають гроші, та комунікативну раціональність, яка орієнтує на консолідацію колективного “Ми”. Відповідаючи на фундаментальне нормативне запитання: “Що я повинен робити? Що справді належить до сповненого смислу життя?” – неможливо підмінити моральні імперативи категоріями інструментальної раціональності, не наражаючи цілераціональну діяльність на поразку. Якщо така підміна відбувається, це – наслідок не раціональності самої собою, а “зсувом” у ціннісних орієнтаціях соціуму. Тому без переорієнтації ціннісних вимірів нашого життя не можна досягти практичних змін, які потрібні, аби гроші, так само, як, наприклад, наукове знання і техніка, справді слугували людині, а не приносила її в жертву власному розвитку. До розуміння ролі інструментальної раціональності грошей, на нашу думку, цілковито застосовні міркування В. Гьосле щодо інструментальної раціональності техніки: “Можна перейматися тим, що доводиться жити за часів, коли незворушність недоречна, та покладений на наше покоління тягар відповідальності, мабуть, повинен бути адекватним відчуттю причетності до епохи, в якій вирішується питання, залишатиметься людина господарем створеної нею техніки, чи техніка потягне її в безодню” [5, с. 119]. Також доводиться визнати, що нам випало жити і чинити власний вибір у таку добу, коли вирішується питання, чи зможе людина підпорядкувати розумній та відповідальній волі загрозливу стихію інструментальної раціональності грошей. Як зауважує В. Гьосле, для цього й потрібна філософія .

Література:

1. Богачов Р. Принципи побудови та аналізу взаємовідносин у соціально-економічних системах // Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Філософія, психологія, педагогіка, 2004. – №10. – С. 7–15.
2. Братаніч Б. Проблемне поле дослідження філософських основ маркетингу // Мультиверсум. Філософський альманах. – К.: Інститут філософії ім. Г. Сковороди НАН України, 2005. – Вип.47. – С. 200–207.
3. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянське суспільство. – Львів: Літопис, 2000. – 318 с.
4. Гарник А. Право и мораль в свете дискурсивной этики: предпосылки формирования новой философско-правовой парадигмы // Філософія. Культура. Життя. Міжвузівський збірник наукових праць. – Дніпропетровськ, 2002. – Вип. 21.– С.192–202.
5. Гьосле В. Практична філософія в сучасному світі. – К.: Лібра, 2003. – 247 с.
6. Корнієнко С., Корнієнко Т. Філософські проблеми економічної парадигми XXI століття // Філософія. Культура. Життя. Міжвузівський збірник наукових праць. – Дніпропетровськ, 2004. – Вип. 24.– С. 273–287.
7. Мазараки А., Ильин В. Философия денег. – К.: Киевский национальный торгово-экономический университет, 2004. – 718 с.
8. Мос Д. Пропущена ланка між теорією добросовісності та етикою бізнесу // Філософ. думка. – 2005. – № 5. – С. 61–79.
9. Никифорова Л. Ідентичність особистості в умовах ринкового суспільства // Мультиверсум. Філософський альманах. – К.: Інститут філософії ім. Г. Сковороди НАН України, 2005. – Вип. 48. – С. 200–208.
10. Панкевич І. Мораль як обмежувач здійснення праві людини і громадянина // Філософські пошуки. Пізнання: епістемологічний, онтологічний та соціальний виміри. – Львів; Одеса: "Центр Європи", 1997. – Вип. XIX. ІФЛІС–ЛФС – "Cogito". – С. 270–273.
11. Сердюк О. Перспективи ареологічної етики як однієї з концепцій етики бізнесу // Філософська думка, 2005. – № 5. – С. 49–60.
12. Сидорина Т. Социальная политика – попытка философской интерпретации // Вопр. философии, 2005. – №12. – С. 20–30.
13. Ситніченко Л. А. "Суспільна угода": метафора чи методологічний принцип сучасної політичної філософії (Дж. Ролз) // Мультиверсум. Філософський альманах. – К.: Інститут філософії ім. Г. Сковороди НАН України, 2005. – Вип. 46. – С. 3–12.
14. Тутов Л. Проблема познання в філософії хозяйства // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия, 2003. – №6. – С. 91–102.
15. Тутов Л. Труд как основополагающий феномен жизни в философии хозяйства // Вестник Московского университета. – Серия 7. Философия, 2005. – №2. – С. 38–56.

THE CULTURAL PHENOMENON OF MONEY AS A SUBJECT OF A COMMUNICATIVE PHILOSOPHY

Zoya Skrynnyk

*L'viv Banking Institute of the National Bank of Ukraine,
Shevchenko Ave., 9, L'viv, 79005, Ukraine, kgd@lbi.wubn.net*

The methodology of theory of communication was applied, to carry out the analysis of terms and expose the general models of communicative practices, in which money comes forward as a medium. Money is examined as the form of a

code of human mutual relations, maintenance of which there are the conventionally accepted rules of economic activity of the people. Role and place of the money relations in the structures of communicative practices we define by virtue of inculcated by U. Habermas concept of "a communicative action", which expresses the active practical position of a man in the context of society life, aimed at the meeting with other man.

Key words: money, social nature of money, communication, communicative action, rationalization, instrumental rationality.