

УДК 1(091)

DOI: 10.17223/1998863X/36/10

А.П. Никитин

ПРОБЛЕМА АНАЛОГИИ ДЕНЕГ И ЯЗЫКА В РАКУРСЕ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ФИЛОСОФИИ¹

Анализируется подход, рассматривающий деньги как языковую систему. Представлены аргументы в обоснование аналогии между деньгами и языком и аргументы в опровержение этой позиции. Дана критика прагматической концепции значения денежных знаков, выявлены ее логические противоречия. Предлагается альтернативный взгляд на проблему соотношения денег и языка.

Ключевые слова: деньги, язык, коммуникация, семантика, прагматика.

Довольно распространенное определение аналитической философии гласит, что она есть философия, последовательно устраняющая из аргументации метафоры и произвольные аналогии. Устранению одной из таких аналогий посвящена данная работа, а именно концептуального сходства денег и языка. Эта аналогия представляет интерес как для экономической теории, так и для философии языка, а сама проблема ее состоятельности связана с той традицией в аналитической философии, которая занята вопросами социальной эпистемологии.

Следуя принципу последовательности, сначала будет представлен сам подход, в соответствии с которым возможно проводить смысловую параллель между деньгами и языком. Затем будут рассмотрены аргументы против указанной аналогии, которые часто артикулируются в сообществе ученых, занимающихся исследованием денег. Столкновение с этими контраргументами приводит сторонников представленного подхода к формированию прагматической концепции значения денежных знаков, на критике которой мы остановимся более подробно. В заключении предлагается альтернативный взгляд на проблему соотношения денег и языка, не столь интересный, как критикуемый, но от этого, возможно, более правдоподобный.

Установление аналогии между деньгами и языком является сформировавшейся тенденцией в социально-гуманитарных работах различной направленности. Назовем только некоторые из них. В области экономической теории наиболее значимой можно считать статью К. Веннерлинда «О чем молчит презренный металл? Семиотика денег и общественный контроль» [1]. В парадигме экономической социологии известна работа К. Поланьи «Семантика использования денег» [2]. В постмодернистском движении указание на языковую сущность денежного обращения использовал Ж. Бодрийяр в книге «Символический обмен и смерть» [3]. В отечественной науке аналогия денег и языка популярна как в среде экономистов [4] и социологов [5], так и в среде социолингвистов [6]. Большинство авторов при этом ссылаются на классиче-

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке гранта Президента Российской Федерации № МК-7733.2016.6.

скую работу Г. Зиммеля «Философия денег» [7], в которой немецкий философ и социолог рассматривал, помимо всего прочего, коммуникативную функцию денег.

В обоснование аналогии между деньгами и языком можно привести цитату из статьи К. Веннерлинда: «Существуют важные сходства между лингвистическим дискурсом и денежным обменом. Наиболее очевидная общая черта: это символические системы, которые служат для передачи социальных знаний между людьми. Если слово передает идеи и смыслы в речи или письме, то с помощью денег анонимные владельцы собственности взаимодействуют в рамках рыночного обмена. Более того, как слово не имеет смысла вне языка, так и деньги нельзя понять вне денежной культуры... Кроме того, как слово может передавать различный смысл в зависимости от контекста, в котором оно используется, так и деньги передают различный опыт в зависимости от того, какое отношение они опосредуют» [1. С. 68].

В соответствии с этим подходом, деньги можно считать особого рода языковой системой, в которой присутствуют следующие аналогичные признаки:

1. С помощью языка человечество обозначает предметы и отношения между ними, языковая картина мира обуславливает границы реальности для человека. С помощью денег человечество выражает стоимость товаров и услуг, ее совокупность (мировой ВВП) обуславливает границы экономического обогащения.

2. Языковая картина мира подвижна и неустойчива: люди придают словам другой смысл, вводят новые понятия, избавляются от архаизмов. Границы рынка также не являются фиксированными: меняется стоимость товаров, увеличивается разнообразие предоставляемых услуг, возможна трансформация товара в общедоступное благо.

3. Существование языка и денег невозможно представить без человека. В обоих случаях необходима фигура интерпретатора, которая придает смысл и значение словам и которая признает в деньгах ценность.

4. Интерпретация языковых и денежных единиц позволяет адекватно переводить их из одной системы в другую. К примеру, слово «bread» можно перевести на русский язык как «хлеб» благодаря тому, что американцы подразумевают под этим знаком хлеб. Соответственно, если бы стоимость булки хлеба в США составляла 2 доллара, а в России 30 рублей, путем нехитрых вычислений можно было бы увидеть, что под долларом подразумевается 15 рублей. В экономической теории такой перевод называется паритетом покупательной способности, но в реальности он действует только по опосредованному кругу, т.е. тогда, когда хлеб покупается в одной стране и продается в другой.

5. Наконец, использование языка и денег в процессе социальной коммуникации зиждется на всеобщем признании языковых и денежных единиц и на доверии к ним. Доверие понимается здесь как вера субъекта в то, что все остальные тоже принимают единицу как средство обращения. Субъекты коммуникации ежедневно доверяют друг другу в том плане, что ожидают от них адекватного понимания своих слов. Отправляясь в путешествие по стране, россияне берут с собой рубли, ожидая, что другие примут их в качестве пла-

ты за необходимые товары и услуги, тем самым доверяя им свое существование. Как в том случае, если слова субъекта не понимаются прочими лицами, так и в том случае, если его деньги не принимаются остальными людьми, он оказывается в ситуации социальной изоляции.

Обобщая все вышесказанное, можно просто вспомнить слова американского экономиста Эдвина Долана о том, что деньги – это «язык рынка». Об этом писал и Г. Зиммель, утверждая, что ключевая функция денег состоит в распределении доверия среди анонимных индивидов, которое создает необходимую основу для формирования больших рыночных сетей.

Прежде чем обратиться к контраргументам, необходимо сделать следующее замечание по существу рассматриваемой нами проблемы: в истории экономической мысли мало кто сомневался в символическом содержании денежных единиц. Даже среди сторонников металлизма распространено было мнение, что как только люди перестанут ценить материал, из которого сделаны монеты, так сразу же их обладатели останутся ни с чем. Об этом писал еще Аристотель, рассуждая о природе богатства: «Стоит лишь тем, кто пользуется деньгами, переменить отношение к ним, и деньги потеряют всякое достоинство, не будут иметь никакой ценности в житейском обиходе, а человек, обладающий даже большими деньгами, часто не в состоянии будет достать себе необходимую пищу» [8. С. 392]. Очевидность этого положения может ощутить каждый россиянин, если попытается осуществить покупку, используя билеты Банка России образца 1995 г., сколько бы он их ни накопил. Возможно аналогичное утверждение, что стоит лишь тем, кто пользуется словами, переменить отношение к ним, и слова потеряют всякий смысл, не будут иметь никакого значения в общении, а человек, использующий их, часто не в состоянии будет воздействовать на других своей речью. Очевидность и этого положения может осознать каждый носитель русского языка, если попытается завести знакомство с другими людьми словами «Давай ватажиться».

Аргументы против аналогии денег и языка начинаются с рассмотрения знаковой сущности того и другого. Но при этом утверждается фундаментальность языка по отношению к деньгам. Денежное обращение – это факт социальной реальности. Язык фундаментален по отношению к социальным фактам в том смысле, что ни один из них не может существовать без лингвистического представления. Дж. Сёрль приводит в качестве примера самые простые случаи: Барак Обама является президентом США, сам Дж. Сёрль является профессором, в руках у него двадцатидолларовая купюра, автомобиль у окна – его собственность. Все эти факты «требуют лингвистического представления для того, чтобы существовать... Но предложения английского языка не требуют лингвистического представления, чтобы быть предложениями английского языка» [9. Р. 110–111]. В отношении денежных знаков постулируется простой тезис: нет языка – нет денег. При этом обратная обусловленность не действует: «Интуитивно нам ясно даже без всякой теории, что язык фундаментален в весьма конкретном отношении: язык может существовать без денег, собственности, правительства или брачных отношений, но нельзя иметь деньги, собственность, правительство или брачные отношения при отсутствии языка»

[10. С. 16]. Таким образом, первичность языка по отношению к деньгам не позволяет считать последние полноценным аналогом лингвистических систем, которые, в свою очередь, не требуют репрезентации.

Второй контраргумент заключается в том, что денежные знаки самореферентны и взаимообращаемы, что отличает их от языковых единиц. Слово «хлеб» обозначает именно хлеб, а не само себя или слово «bread». Фраза «хлеб состоит из четырех букв» является бессмысленной, поскольку хлеб обычно состоит из муки и воды, поэтому адекватно утверждать, что «слово "хлеб" состоит из четырех букв». Деньги же являются одновременно и знаками, и товарами: за тысячу рублей возможно купить продукты, а можно купить тысячу рублей (разменяв) или несколько долларов. Именно поэтому паритет покупательной способности между валютами, о котором говорилось выше, не реализуется на практике, поскольку в их отношении действуют те же законы спроса и предложения, что и в отношении других товаров, - чем больше спрос на доллары со стороны владельцев рублей, тем больше их стоимость в данной валюте. Если бы то же самое осуществлялось в отношениях между языками, то тогда бы возникла путаница, что подразумевается человеком, произносящим слово «bread», - хлеб или «хлеб».

Третий контраргумент заключается в анализе семантического значения денежных и языковых единиц. Его суть в том, что нельзя проводить аналогию между выражением стоимости товара и обозначением предмета в слове, так как первый случай - это ситуация применения переменной, а второй случай - ситуация применения константы. Ежедневно носитель русского языка уверен, что словосочетание «булка хлеба» обозначает соответствующей формы мучное изделие, но он не уверен в том, что ему удастся купить хлеб за 30 рублей. Единственное, что он может ожидать - это признание самой единицы измерения (рубль), но как будет варьироваться выраженная ею стоимость, ему неизвестно.

Иными словами, если сравнивать слова обыденного языка и знаки «сто рублей» или «двадцать долларов», то семантика последних не фиксирована. В решении этого противоречия сторонниками отождествления денег и языка предлагается подход, в соответствии с которым значение денежных знаков определяется субъектом в процессе практического применения, т.е. прагматически.

Своеобразие данного подхода хорошо иллюстрируется примером, приведенным В.А. Лукиным: «Когда человек тратит деньги, он делает выбор в пользу одного из равноценных объектов, входящих в экстенционал денежного знака. Так, скажем, на Великолукском железнодорожном вокзале в 2011 году за 50 рублей можно было купить либо бутылку пива, либо пачку сигарет, либо дешевый детектив. Тот объект, который владелец 50 рублей выбирает из ряда других, включенных в экстенционал банкноты, и в обмен на который отдает ее, - референт данного денежного знака» [6. С. 277]. Экстенционалом знака «50 рублей», таким образом, является все то, что можно купить за 50 рублей, а референт знака определяет человек в процессе покупки чего-то, что не стоит больше указанной суммы.

Прагматическая концепция в интерпретации денежных знаков является довольно распространенной, но уже на интуитивном уровне кажется стран-

ной. Прибавляется и этический аспект. Мы уже писали о том, что в осмыслении социокультурной значимости денег на уровне обыденной мифологии и метафизических построений широко распространена амбивалентность представлений в виде дихотомии божественного и дьявольского [11]. Представим теперь человека, мировоззрение которого наполнено идеей о том, что деньги – это зло. Оказавшись на Великолукском вокзале в 2011 г., испытывая мучительную жажду и изнывая от жары, он покупает бутылку пива, и, наслаждаясь вкусом пенного напитка, должен думать, что пиво – это тоже зло, но не из-за его вреда для здоровья, а из-за того, что оно куплено за деньги. С другой стороны, такому человеку наверняка понравится афоризм «счастье не в деньгах», и уж точно он будет понимать, что «счастье не в пятидесяти рублях», однако утоление жажды вполне может сделать его счастливым, пусть и на короткое время.

Это только мировоззренческие нюансы, возникающие из-за того, что в прагматической концепции смешиваются объектный и предикационный уровни референции. Именно так, на наш взгляд, стоит трактовать идею о том, что словосочетания «бутылка пива» и «пятьдесят рублей» указывают на один и тот же предмет в случае, если бутылка пива покупается за пятьдесят рублей.

Продemonстрируем это в логической форме. Возьмем множество товаров, которые стоят 50 рублей, обозначив их существование высказыванием типа $\Box xA(x)$ – «есть такое x , при котором $A(x)$ » – «существуют такие товары, которые стоят 50 рублей». Предположим, что словосочетание «товары стоимостью 50 рублей» и предикат «стоят 50 рублей» обозначают одно и то же множество. Далее абстрагируем стоимость в понятии «пятьдесят рублей» и будем утверждать, что данная сущность подразумевает те самые x , при которых выполняется $A(x)$. Сами пятьдесят рублей, даже если это просто запись на электронном счете, действительно входят в эту совокупность, поскольку они являются товаром, стоящим пятьдесят рублей. Но, выполняя функцию количественного выражения стоимости, этот товар входит в подмножество $\Box x(A(x) \& B(x))$, где $B(x)$ – «быть деньгами», «выполнять денежную функцию». Отсюда утверждать, что каждые пятьдесят рублей являются, с одной стороны, денежным знаком, а с другой стороны, товаром, вполне адекватно. При этом противоречиво утверждать, что все товары стоимостью пятьдесят рублей являются пятьюдесятью рублями и деньгами соответственно.

В прагматической концепции есть важное наблюдение, которое делает ее не столь противоречивой, как кажется на первый взгляд. Фраза «товары стоимостью 50 рублей» является неопределенной дескрипцией, такой же как словосочетания «предметы весом сто килограмм», «люди в возрасте 40 лет», «спортсмены, одержавшие 10 побед на международных соревнованиях» и т.д. Сто килограммов, сорок лет, десять побед – количественные явления, которые мы не можем подменить никаким предметом, они не существуют сами по себе, как субстанция, а только в качестве признаков и свойств. Существует сто килограммов чего-то, сорок лет продолжительности чего-то, десять побед кого-то в чем-то. Пятьдесят рублей же просто есть, и существует возможность обменять это на товар стоимостью пятьдесят рублей. Физическая подмена обуславливает семантическую: купив за пятьдесят рублей бутылку пива, можно назвать ее «пятьдесят рублей». Такой аргумент нельзя

недооценивать, ведь в обыденной жизни, к примеру, когда человек, совершая покупку, расстаётся с крупной суммой денег, он, глядя на свое приобретение, отождествляет его со своей тратой.

Однако если признать обоснованность экстраполяции физического обмена на семантические отношения, то тогда обычная коммуникация приобретет курьезный характер. Субъект, обменяв свою дачу на автомобиль, будет называть его «дача»; субъект, получивший дачу вместо своего автомобиля, будет называть ее «автомобиль» и т.п. Если субъект выражает стоимость дачи в автомобиле, то он придает понятию «автомобиль» два смысла – транспортное средство и стоимость дачи. Последнее не обозначает саму дачу. Соответственно, если субъект оценивает стоимость дачи в пятьсот тысяч рублей, то «500 000 рублей» для него – финансовый актив и стоимость дачи, что опять же не подразумевает саму дачу. Денежные знаки, таким образом, будучи самореферентными, также являются функциональными, выражая стоимость товаров и услуг, но не сами предметы и действия. Прагматика денежных знаков лишь увязывает их наличие с возможностью их использования: если у нас есть *N* денежных единиц, то у нас есть возможность приобрести что-то, что не стоит более *N*.

Таким образом, говоря о сходстве денег и языка, следует констатировать знаковую природу того и другого при отсутствии общего коммуникативного содержания, на чем настаивают сторонники прагматической концепции денежных знаков. И дело здесь даже не в том, что значение денежных знаков не фиксировано. В таком доводе не учитывается, что слова, на самом деле, также могут менять свое референтное поле, что не мешает считать их языковыми единицами. В философии языка известны гипотетические примеры У.В.О. Куайна, Н. Гудмена, Х. Патнема, когда слово «кролик» может означать правый бок кролика или его цвет, предикат «зеленый» может быть приложим к вещам, которые в перспективе становятся голубыми, слово «вода» указывает на жидкость, идентичную воде во внешних свойствах, но имеющую иной химический состав, чем H_2O , и т.д. «Любое частное употребление языкового выражения может быть подведено под неограниченное количество правил употребления. Любое частное употребление может быть противопоставлено любому правилу. Следовательно, любое частное употребление языкового выражения не может быть с полной определенностью подведено под какое-либо правило» [12. С. 12].

Но, как бы не менялось значение слов, люди используют их таким образом, что делают возможным процесс обычного общения. Для того, чтобы считать денежный знак аналогией слова, необходимо задаться вопросом, возможен ли рынок без денег. Общение не может осуществляться без символического отображения реальности, будь то жест рукой, звуки или письменные знаки. При этом ничто не мешает человечеству обмениваться товарами без денежного посредника. Деньги облегчают этот процесс, нивелируя трансакционные издержки, делая его быстрее и эффективнее. Денежная система имеет в большей степени функциональное значение, а не предметное. Главный же социокультурный результат денежного обращения – это объективация ценности. Деньги существуют в языковой среде, но их конкретно направленная функциональность больше роднит их с другими семиотическими

системами, в которых с помощью количественных показателей отображается значимость. Например, индексы в научной и образовательной среде, рейтинги популярности, имиджевые оценки и т.д. Скажем, как с помощью индекса цитируемости структурируется социальное пространство науки, так и с помощью денег структурируется пространство рынка. Как различные валюты конвертируются друг в друга, так и системы учета цитат являются взаимообращаемыми.

Язык по отношению к этим количественным системам является первичным необходимым условием существования. Языковая коммуникация между учеными приводит к созданию системы цитируемости, что приводит к облегчению самой коммуникации; языковая коммуникация между участниками рынка приводит к созданию денег, что приводит к увеличению ее эффективности и т.д. Но коренное отличие этих семиотических систем от языка состоит в их целевом предназначении: наука может существовать без индексов цитируемости, рынок может существовать без денег, но невозможно представить коммуникацию без языка. Искушение поставить в один ряд деньги и язык возникает именно из представления о необходимости денежных знаков для человеческой цивилизации. Наш мир действительно трудно представить без денег, но эта трудность не является доводом в пользу того, чтобы считать их неотъемлемой частью нашего существования.

Литература

1. Веннерлинд К. О чем молчит презренный металл? Семиотика денег и общественный контроль // Вопросы экономики. 2010. № 2. С. 65–82.
2. Поланьи К. Семантика использования денег // «Великая трансформация» Карла Поланьи: прошлое, настоящее, будущее / под ред. Р.М. Нуреева. М.: ГУ-ВШЭ, 2007. С. 125–137.
3. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
4. Селищев А.С. «Язык» и «деньги»: сравнительный анализ двух категорий // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2013. № 5 (83). С. 39–48.
5. Зарубина Н.Н. Деньги в социальной коммуникации // Социологические исследования. 2006. № 6. С. 3–12.
6. Лукин В.А. Семиотика денег и семиотические аспекты экономического кризиса // Ученые записки Орловского государственного университета. 2013. № 1 (51). С. 274–282.
7. Simmel G. *Philosophy of Money*. London, New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2005. 543 p.
8. Аристотель. Сочинения: в 4 т. М.: Мысль, 1983. Т. 4. 830 с.
9. Searle J.R. *Making the Social World: the Structure of Human Civilization*. New York: Oxford University Press, 2010. 208 p.
10. Сёрль Дж. Что такое институт? // Вопросы экономики. 2007. № 8. С. 5–27.
11. Никитин А.П. Божественное и дьявольское в деньгах // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2014. № 2. С. 105–113.
12. Суровцев В.А., Ладов В.А. Витгенштейн и Крипке: следование правилу, скептический аргумент и точка зрения сообщества. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2008. 136 с.

Nikitin Anton P. – Katanov Khakass State University (Abakan, Russian Federation).

DOI: 10.17223/1998863X/36/10

THE PROBLEM OF ANALOGY OF MONEY AND LANGUAGE IN VIEW OF ANALYTICAL PHILOSOPHY

Keywords: money, language, communication, semantics, pragmatics

The article is devoted to consideration of analogy of money and language, its foundation on the one hand and its productivity on the other hand. This analogy represents interest both for economical

theory and for the philosophy of the language. And the problem of its prosperity is connected to that tradition in analytical philosophy which concerns the issues of social epistemology. In this work the approach itself is presented, in accordance with which it is possible to draw a conceptual parallel between money and language. The arguments in favor of the stated analogy are given. They are:

- how language denotes objects and relations between them so money conveys the price of goods and provides their exchange;
- a total combination of language units is not a constant given so the combination of token money;
- the existence of language and money is impossible to imagine without an interpreter's figure;
- the interpretation of language and currency units gives the opportunity to transfer them from one system to another in an adequate way;
- language and money use in the process of social communication is founded on universal language and currency units recognition and on trust to them.

The arguments against analogy of money and language are studied such as:

- language primacy in relation to money does not permit to regard money as a complete analogue of linguistic systems as money cannot exist without language whereas language can;
- token money are self-referential that differs them from language units;
- it is impossible to draw an analogy between the expression of the goods value an indication an object in the word as in the first case it is the situation when variable is used and in the second one constant is used. In the solution of this contradiction, the supporters of money and language identification propose such approach according to that the significance of token money is defined by a subject in the process of practical use, i.e. pragmatically. The critique of pragmatic conception of token money is given and the alternative view at the problem of money and language correlation. The sign nature of both is established having lack of communicative contents. Money exists in language area but its concrete functionality makes it close not with language but with other semiotic systems in which value is expressed with the help of quantitative marks. Language regarding these quantitative systems is an essential condition of existence.

References

1. Vennerlind, K. (2010) O chem molchit prezrennyy metall? Semiotika deneg i obshchestvennyy kontrol' [What does filthy lucre keep silent about? Semiotics of money and public control]. *Voprosy ekonomiki*. 2. pp. 65–82.
2. Polanyi, K. (2007) Semantika ispol'zovaniya deneg [The semantics of the use of money]. In: Nureev, R.M. (ed.) *“Velikaya transformatsiya” Karla Polan'i: proshloe, nastoyashchee, budushchee* [“The great transformation” by Karl Polanyi: Past, present and future]. Moscow: GU-VShE. pp. 125–137.
3. Baudrillard, J. (2000) *Simvolicheskiy obmen i smert'* [Symbolic exchange and death]. Translated from French by S.N. Zenkin. Moscow: Dobrosvet.
4. Selishchev, A.S. (2013) “Yazyk” i “den'gi”: sravnitel'nyy analiz dvukh kategoriy [“Language” and “money”: A comparative analysis of the two categories]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. 5(83). pp. 39–48.
5. Zarubina, N.N. (2006) Den'gi v sotsial'noy kommunikatsii [Money in social communications]. *Sotsiologicheskie issledovaniya – Sociological Studies*. 6. pp. 3–12.
6. Lukin, V.A. (2013) Semiotika deneg i semioticheskie aspekty ekonomicheskogo krizisa [Semiotics of money and semiotic aspects of the economic crisis]. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta*. 1(51). pp. 274–282.
7. Simmel, G. (2005) *Philosophy of Money*. London, New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
8. Aristotle. (1983) *Sochineniya: v 4 t.* [Works in 4 vols]. Vol. 4. Moscow: Mysl'.
9. Searle, J.R. (2010) *Making the Social World: the Structure of Human Civilization*. New York: Oxford University Press.
10. Searle, J.R. Chto takoe institut? [What is the institute?]. *Voprosy ekonomiki*. 8. pp. 5–27.
11. Nikitin, A.P. (2014) Divine and devilish in money. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 2. pp. 105–113. (In Russian).
12. Surovtsev, V.A. & Ladov, V.A. (2008) *Vitgenshteyn i Kripke: sledovanie pravilu, skepticheskiy argument i tochka zreniya soobshchestva* [Wittgenstein and Kripke: Adherence to the rule, the skeptical argument and point of view of the community]. Tomsk: Tomsk State University.