

Динамика дизайна денег в социально-историческом контексте

DOI: 10.19181/inter.2020.12.3.2

Ссылка для цитирования:

Шталенкова К. И. Динамика дизайна денег в социально-историческом контексте // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 3. С. 31–49. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.12.3.2>

For citation:

Shtalenkova K. I. (2020) The Dynamics of Currency Design in the Socio-Historical Context. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 3. P. 31–49. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.12.3.2>



Ксения Шталенкова*

Цель данной статьи — показать динамику дизайна денег в социально-историческом контексте от античных монет до электронных платежных операций. Дизайн денег позволяет выявить символические особенности практик обмена в зависимости от конкретного исторического периода, в котором функционируют те или иные формы денег. Поэтому здесь важен визуальный аспект денег, который на уровне зримого касается материальных свойств денег, а на уровне непосредственно визуального характеризует специфику репрезентаций, используемых в дизайне. При этом важно анализировать взаимосвязь зримого и визуального в дизайне денег с точки зрения их функциональности, что позволяет концептуализировать деньги не как объект, а как процесс, рассматриваемый через материальные и политические системы, которые создают деньги и управляют ими. Таким образом, дизайн открывает перспективное исследовательское поле, в котором можно оценить междисциплинарный потенциал денег как объекта исследования, не отделяя их экономическое значение от культурного. С помощью концепции свидетельства (evidence) М. Энгельке в статье комплексно анализируются символические функции денег с точки зрения трансформации идеологических импликаций, характерных для дизайна. Кроме того, деньги

* Шталенкова Ксения — магистр социологии, докторант философии, ассистент, Европейский гуманитарный университет, kseniya.shtalenkova@ehu.lt.

классифицируются на основании их визуальной типологии, что демонстрирует, как с их дематериализацией не только меняется символический аспект практик обмена, но также реструктурируются и сами социальные отношения. С одной стороны, может показаться, что в условиях дигитализации финансовые обмены упрощаются, становясь более свободными и прозрачными, и с приобретением деньгами незримой природы устраняется возможность идеологического манипулирования с помощью их дизайна. Однако на самом деле социальные отношения приобретают более сложный и асимметричный характер, поскольку власть, управляющая деньгами, не только становится невидимой и, как следствие, неуловимой, но проникает в сами процессы, связанные с функционированием денег.

Ключевые слова: визуальное; деньги; дематериализация; дигитализация; дизайн денег; идеология; социальное свидетельство

Несмотря на визуальную избыточность, пронизывающую повседневность в цифровую эру, деньги, которые все еще остаются одним из ключевых медиаторов социальных отношений, дематериализуются и становятся буквально невидимыми. И хотя электронные платежные операции пока не вытеснили наличные¹, социальные практики, основанные на взаимодействии с деньгами, в этих условиях неизбежно трансформируются. Тем не менее эти практики не теряют своей физической составляющей, хотя и приобретают новые особенности: наиболее распространенный пример здесь — использование банковской карты вместо материальных форм денег. Разрозненные бумажные банкноты и металлические монеты, требующие вместительного портмоне, превращаются в абстрактный капитал, которым можно распоряжаться с помощью компактного пластикового прямоугольника с магнитной полосой. Это уже не деньги как объект, а сервис, позволяющий совершать платежные операции более технологичным способом. Однако банковская карта все еще обладает материальностью — ей присущи тактильные и визуальные свойства, кроме того, с символической точки зрения она является означаемым капитала наравне с монетами и банкнотами.

Более инновационная социальная практика — проведение операций с помощью сервисов мобильных платежей² и электронных кошельков³. Например, в сервисе Apple Pay банковские карты пользователя оцифровываются через

¹ Хотя сектор электронных платежных операций растет, по данным на 2017 год, около 80% платежей в мире проводилось наличными деньгами (Вукичевич, 2017). О широком использовании материальных форм денег говорит и всплеск тревоги, связанной с возможностью массового распространения вируса через банкноты и монеты в период пандемии Covid-19 (см.: Answer Bank: Can Covid-19 Be Spread Through Coins and Banknotes? // China Global Television Network. 2020. URL: <https://news.cgtn.com/news/2020-05-12/Answer-Bank-Can-COVID-19-be-spread-through-coins-and-banknotes--QqxRcIIsww/index.html> (дата обращения: 02.09.2020)).

² Сервисы мобильных платежей позволяют совершать платежные операции с помощью устройств мобильной телекоммуникационной сети.

³ Электронный кошелек представляет собой смарт-карту или другой электронный носитель, в который встроен чип. Он позволяет хранить электронные деньги и осуществлять различные платежи.



приложение Wallet на iPhone, а платежи проводятся с помощью беспроводной связи смартфона либо синхронизированных с ним других девайсов производства Apple. В данном случае тактильность, сведенная к физическому взаимодействию с экраном девайса, нивелируется, а визуальным означающим денег становится числовое выражение их количества, отображающееся на экране. Так в процессе дигитализации социальных практик обмен материальными формами денег между двумя индивидами, наделенный контекстуальным значением, заменяется на индивидуальный абстрактный жест взаимодействия с девайсом, физическое присутствие которого минимизировано⁴ (van Campenhout et al., 2013: 13). Однако полное устранение этого присутствия пока не видится практически реализуемым: несмотря на бесконтактный характер электронных платежных операций, их связь с материальным миром по-прежнему опосредуется визуально.

Хотя деньги как объект превращаются в абстрактный массив данных, обычно визуализируемый только как числовая проекция, визуализации практик взаимодействия с деньгами в электронных сервисах могут приобретать более сложные формы⁵. То есть, несмотря на дематериализацию денег, важным остается дизайн, формирующий не только объектность денег, но и их функциональность, которая не сводится лишь к вопросу удобства и эстетики. С момента изобретения чеканной монеты в Малой Азии в VII в. до н. э. (Sear, 2006: xviii) как первой формы денег, специально изготавливающейся как эквивалент, в отличие от более примитивных готовых форм в виде особо ценных товаров⁶, деньги наделяются различными материальными, и в первую очередь визуальными, характеристиками, обретающими значение в контексте их использования. Так, дизайн визуально проявляет символические особенности практик обмена в зависимости от социально-исторического контекста, в котором функционируют те или иные формы денег. И если отталкиваться от функционального аспекта и понимать деньги не как объект, а как процесс, рассматриваемый через материальные и политические системы, создающие деньги и управляющие ими (Truitt, 2020), то дизайн открывает перспективное исследовательское поле, в котором можно оценить междисциплинарный потенциал денег как объекта исследования, не отделяя экономику от ее культурного значения. Кроме того, рассматривая через призму дизайна деньги как процесс, можно выстроить в один ряд практики использования монет и банкнот, а также электронные платежные операции, что позволяет шире взглянуть на проблему дематериализации денег.

Дигитализация подразумевает под дематериализацией высвобождение информационного содержания от его носителя, в процессе чего последний исчезает, а информация свободно движется через сети и девайсы (Worgsich,

⁴ Проведение платежей с помощью девайса Apple Watch все же приобретает новое значение, поскольку это своеобразное «встраивание» практики взаимодействия с деньгами в телесность пользователя через наручные часы. Однако пока это скорее исключение из общей тенденции.

⁵ Например, в виде иконографии как набора иконок, визуализирующих типы банковских операций, или графиков платежей в приложениях интернет-банков.

⁶ Например, скот, меха, жемчуг и т.д.

2015: 175), что характерно для электронных платежных операций. Однако процесс дематериализации денег начинается гораздо раньше: с позиции информационно-коммуникативного значения денег первым шагом к их освобождению от материального носителя следует считать введение металлических денег, которые не только имеют собственную ценность как товар, но также приобретают символические функции, став означаящим других материальных ценностей в качестве меры стоимости товаров (Никитин, 2013). Поэтому для более систематичного анализа дематериализации в данной статье будет показана динамика дизайна денег в социально-историческом контексте от античных монет до электронных платежных операций. В ходе анализа с помощью концепции свидетельства (evidence) Мэттью Энгельке будет продемонстрировано, какие идеологические импликации характерны для дизайна денег, а также будет представлена визуальная типология денег в контексте эволюции их символических функций.

Деньги как социальное свидетельство: идеологические импликации дизайна

Говоря о визуальном значении денег, необходимо различать их видимую составляющую и непосредственно визуальность. Так, обращаясь к типологии зримого (visible) и видимого (visual) Жака Омона (Aumont, 1997), можно сказать, что для денег в первом случае подразумеваются их материальные особенности, а второе понятие выражает специфику визуальных репрезентаций, использованных в дизайне денег. На трансформацию символических функций денег влияют обе категории, однако долгое время их взаимосвязь концептуализировалась в исследованиях денег лишь с точки зрения материальности, из-за чего в исследовательском фокусе чаще всего оказывался лишь один аспект. Так, в ходе критики классической политэкономии Карл Маркс видит символическое значение денег с позиции материализации труда (Маркс, 1959: 50–51), в контексте чего придание монете или слитку золота внешней формы представляется ему лишь технической операцией (Маркс, 1959: 90). Вместе с этим он обращает внимание на «национальные мундиры», которые деньги носят в качестве монет и снимают на мировом рынке (Маркс, 1960: 135), однако полагает, что функциональное бытие денег поглощает их материальное бытие (Маркс, 1960: 139–140). Для Зиммеля, поставившего себе задачу подвести под историческим материализмом новый ярус в разработке концепции философии денег, значение имеют обе их функции⁷, а материальность обретает значение в контексте отображения этапов интеллектуализации социальных отношений с развитием денежной

⁷ Такое разделение денег позднее концептуализируется и Никласом Луманом в его модели медиакоммуникации, в которой деньги в своем материальном воплощении рассматриваются как медиа, или способ распространения коммуникации, благодаря чему происходит эволюция денег как абстрактного механизма коммуникации, то есть символически генерализированных медиа (Луман, 2005).



экономики (Simmel, 2004: 150). Так, деньги конкретных исторических периодов как визуальный символ репрезентируют отношения, которые ассоциируются с ними в моральном, интеллектуальном, правовом и политическом измерении (Simmel, 2004: 127). В частности, обладание деньгами, по мнению Зиммеля, способно вызвать у субъектов уверенность в политической организации и порядке государства-эмитента, что он характеризует как квазирелигиозную веру в деньги (Simmel, 2004: 178). Кроме того, с точки зрения развития форм денег Зиммеля интересует и специфика эволюции ассоциирующихся с ними символов — например, он отмечает, как на монеты наносятся изображения более примитивных объектов, связанных с обменом, что позволяет выявить символическое значение денег на уровне визуальных репрезентаций (Simmel, 2004: 143). После Зиммеля о необходимости произвести визуальный анализ банкнот говорит и Вальтер Беньямин, хотя в их дизайне он видит лишь мифологизацию капитализма (Беньямин, 2012: 68). Тем не менее на долгое время визуальный потенциал денег в целом остается вне исследовательского поля.

К концу 1980-х годов в социологии появляется концепция социальной дифференциации денег Вивианы Зелизер, где абсолютной модели рыночных денег противопоставляется множественность денег с точки зрения их неоднозначной функциональности (Зелизер, 2004). В это же время антропологи Морис Блох и Джонатан Парри создают концепцию морального аспекта обмена деньгами с точки зрения многообразия их культурного значения (Bloch, Parry, 1989). Отсюда появляется возможность расширить понимание символических функций денег и вывести их за пределы чисто социально-экономического поля. В этом ключе следует упомянуть исследования Билла Морера, который, применяя антропологический инструментарий, подвергает критике семиотику денег в контексте кризиса их значений (Maurer, 2006). Морер, однако, не рассматривает концепцию символического обмена Жана Бодрийяра в смысле разрыва означающего в виде зарплаты, с одной стороны, и цен с референтом в виде общественного экономического производства, с другой (Бодрийяр, 2000). В антропологическом поле работает и Кит Харт, который отмечает, что использование денег всегда одновременно является личным и обезличенным, в этом контексте он рассматривает и специфику визуальных репрезентаций, используемых в дизайне денег (Hart, 2007).

Визуальные исследования предлагают рассмотреть символическое значение денег на политическом уровне, что делает, к примеру, Кристина Мак-Гинли: прибегая к концепции интерпелляции Луи Альтюссера, она в контексте взаимного утверждения субъектов через обмен национальной валютой рассматривает связь визуальных образов в дизайне денег с идеологией государства-эмитента (McGuinley, 1993). В свою очередь, Эрик Хелляйнер, продолжая идеи Зиммеля, рассматривает режимы взаимодействия национальной валюты с конструированием национальной идентичности от подтверждения государственного суверенитета до превращения национальной валюты в объект квазирелигиозной веры (Helleiner, 1998). Джош Лауэр развивает последний тезис, обращая внимание на то, что посредством кодирования через визуальные образы государство-эмитент легитимирует

свое право утверждать себя в этом статусе, что придает символическому характеру квазирелигиозной веры в национальную валюту материальный характер (Lauer, 2008). Более поздние работы других авторов, занимающихся визуальными исследованиями денег, в целом продолжают эту тенденцию, включая в исследовательское поле такие новые сюжеты, как, к примеру, участие негосударственных акторов в процессе формирования репрезентаций, продвигающих национальный образ (Penrose, 2011), а также влияние дизайна денег на желание совершать покупки (Borgsich, 2015). Тем не менее такие исследования все больше уходят в сторону разделения дисциплин, в то время как исследования дизайна денег позволяют комплексно взглянуть на их символические функции в процессе дематериализации.

Так, концепция свидетельства (evidence) Энгельке (Engelke, 2008) для исследований денег как процесса в контексте трансформаций дизайна представляет не только методологический, но и эпистемологический интерес. Это метод исследования, позволяющий определить специфику взаимоотношений объекта исследования и знания, которое объект может производить и благодаря которому он может существовать. Свидетельство как объект исследования необходимо рассматривать в контексте спектра вопросов, предъявляемых к полю, в котором это свидетельство изучается. Поэтому важна и междисциплинарная перспектива метода: Энгельке отмечает, что концепция свидетельства, с одной стороны, способствует более глубокому пониманию разделения знания по дисциплинам, а с другой — инициирует более активное взаимодействие между экспертами из различных областей, открывая при этом новые ракурсы анализа привычных объектов. Благодаря этому свидетельство трансформируется из статуса инструмента (evidence-as-tool) для добычи знания в статус свидетельства как качественной характеристики (evidence-as-quality) или условия (evidence-as-condition), в котором разворачивается та или иная социальная практика, что позволяет выявить ее или сделать очевидной, «засвидетельствованной» (evident). Отсюда появляется возможность анализа, основанного на взаимном дополнении дедуктивного и индуктивного методов исследования.

Энгельке выделяет четыре основные категории, в которых предлагается характеризовать объекты исследования как свидетельство. Во-первых, это масштаб (scale), то есть способность свидетельства охватывать различные сферы, связанные с формированием знания. Во-вторых, это количество и качество (quantity and quality), то есть свойства свидетельства, благодаря которым его можно классифицировать как данные. В-третьих, это достоверность (certainty), то есть возможность использовать свидетельство как подтверждение практики, что включает и адекватность интерпретаций, основанных на свидетельстве. В-четвертых, это интенция (intention), то есть проявление агентности свидетельства в контексте воспроизводства конкретных социальных практик. При этом Энгельке отмечает, что свидетельство все же детерминируется в контексте борьбы давлений и режимов, в условиях чего формируется как само свидетельство, так и вопросы, предъявляемые к полю его функционирования. Поэтому свидетельство не просто указывает



на какие-либо факты и истины (truth), но всегда существует в конкретной ситуации и для конкретных индивидов, которые имеют отношение к этой ситуации. В связи с этим социальное свидетельство (social evidence) не обладает объективностью, но должно рассматриваться через функции и значение тех социальных практик, для выявления которых оно может являться своего рода уликой.

Рассматривая деньги как объект свидетельства в категориях, предлагаемых Энгельке, можно убедиться, что деньги широко охватывают сферы, связанные с производством знания, одновременно являясь и результатом, и медиатором социальных отношений. В этом смысле деньги видятся как работа «всеобщего интеллекта», превращающего знание в непосредственную производительную силу, что позволяет контролировать и преобразовывать условия общественного жизненного процесса (Маркс, 1969: 127). Однако если Маркса в этом контексте деньги интересуют преимущественно как развитие основного капитала, то метод Энгельке позволяет шире взглянуть на эпистемологический потенциал денег в междисциплинарном ключе, благодаря чему различные качества денег можно рассматривать комплексно, а не по отдельности. Здесь появляется возможность включить в исследовательское поле и дизайн, а главным вопросом к этому полю становится следующий: каково значение визуального для эволюции функциональности денег в условиях их дематериализации? А концептуализация денег как процесса позволяет объединить использование свидетельства в статусе качественных характеристик и условий развертывания социальных практик, что подчеркивает двойственную роль денег в производстве знания.

Если применить категорию масштаба, деньги были одним из наиболее распространенных медиаторов социальных отношений на экономическом, политическом и культурном уровнях на протяжении всей истории своего существования. В этом смысле благодаря дизайну, визуально выражающему символические функции денег, можно узнать, для каких сфер имеет актуальность их обращение, а также как их функциональность опосредует производство знания. Следовательно, визуальное позволяет оценить характер распространения денег и той информации, которую они транслируют. Отсюда вытекает категория количества и качества, которая демонстрирует характеристики денег как медиатора социальных отношений в контексте их социально-исторических трансформаций. С помощью анализа дизайна можно классифицировать деньги согласно свойствам, благодаря которым они приобретают свой статус и через которые они могут сообщать данные о социальных отношениях в конкретный исторический период. Таким образом, визуальное позволяет установить, какие существуют типы денег в контексте трансформации их физических качеств. В свою очередь, категория достоверности связана с фактом признания денег в их функциональном статусе, который способен подтвердить существование конкретной социальной практики. В данном случае дизайн призван определить, какие свойства того, что считается деньгами, обуславливают формирование соответственных социальных практик. С этой точки зрения, визуальное

позволяет выявить функциональные особенности материальных денег различных исторических периодов⁸, а также электронных платежных операций. Что же касается категорий интенции и агентности в контексте воспроизводства социальных практик, то деньги способны устанавливать различные режимы символических отношений между субъектами, участвующими в обмене денег. Здесь уместно вспомнить концепцию множественных денег по Зелизер, моральный аспект обмена по Блоху и Парри и идентификацию в политическом контексте, а дизайн здесь демонстрирует, как с помощью визуальных средств устанавливаются такие практики. Понимаемое таким образом визуальное позволяет определить предназначение репрезентаций, используемых в дизайне денег.

Визуальный аспект денег как свидетельства, способного охарактеризовать качественную и контекстуальную специфику социальных отношений в конкретный исторический период, демонстрирует свою многомерность. Кроме того, анализ визуального в дизайне денег различных исторических периодов способен выявить закономерности в трансформациях социальных отношений в связи с переходом на те или иные деньги. Тем не менее, хотя деньги являются одним из наиболее распространенных средств визуальной коммуникации, их зримая сторона нередко ускользает от взгляда индивидов, которые ими пользуются, что связано с первоочередной финансовой ценностью денег. По этой причине внимания требует не только вопрос, как индивиды смотрят на деньги в смысле восприятия дизайна и его функциональности, но также и каковы внешние причины, фокусирующие взгляд на деньги, то есть в чем специфика систем, управляющих деньгами как процессом. Возникает вопрос идеологических импликаций дизайна денег как социального свидетельства, лишённого объективности: кто создает деньги и как их создатели визуально утверждают свою власть? Если рассмотреть аспект производства знания, мы убедимся, что дизайн денег не только делает зримой символическую специфику практик обмена, но посредством этого придает материальный характер идеологии. Говоря о материальности идеологии, Альтюссер в свое время отмечал, что в реальности все, принимающее форму политической и экономической борьбы на уровне материальных отношений, на уровне культуры обретает форму борьбы за легитимацию доминирующих значений (Althusser, 2014: 184–187). Это согласуется и с тезисами В. Волошинова, высказанными еще в начале XX в., но ставшими известными западным исследователям лишь в конце 1970-х годов: область идеологии совпадает с областью знака, и каждый идеологический знак существует не только в сознании субъекта, но оказывается материальной частью самой действительности (Волошинов, 1993: 13). Идеология не может существовать вне материального мира, а дизайн денег оказывается прекрасным инструментом для ее материализации, в связи с чем необходимо рассмотреть, как меняются взаимоотношения дизайна и идеологии в контексте дематериализации денег.

⁸ Сюда входят как подлинные деньги, так и поддельные, поскольку они в равной степени способны сообщать данные о социально-исторических обстоятельствах.



Дематериализация денег: от нескрываемой пропаганды к невидимому контролю субъекта

История дизайна денег в социально-историческом контексте охватывает около двадцати восьми веков, при этом наиболее длительной практикой их дематериализации является использование монет, возникших как первая стадия этого процесса в античный период и используемых по сей день. Если исходить из категории «масштаба» монет как свидетельства, то следует обратиться к этимологии их названия — древнегреческое «nomisma» (монета), обозначающее денежный знак определенной формы⁹, веса и номинала, а также с особыми визуальными символами, является производным от слова «nomos» (закон). Так очерчивается экономическая, политическая и правовая функциональность этой формы денег в конкретных географических пределах, что остается актуальным и в более поздние периоды использования монет¹⁰. Для категории «количества и качества» интерес представляет тиражируемость монет, а также качество металлов и их весовое соотношение для изготовления одной монеты как денежной единицы. В этом смысле трансформации дизайна монет отображают, как они приобретают символический характер с постепенным переходом на менее ценные металлы. С точки зрения «достоверности» металлические деньги функционально придают материальный характер символическому аспекту социальных практик обмена между двумя индивидами, который включает в себя практики проверки подлинности монет, способов их переноса и хранения, а также составления коллекций монет¹¹. В свою очередь, категория «интенции» монет как свидетельства с позиций дизайна оказывается самой чувствительной переменной, предлагая рассмотрение визуальных данных, наиболее интересных с точки зрения идеологических импликаций.

Так, в Древней Греции в дизайн монет включались различные изображения, начиная от растений и животных и заканчивая текстовой информацией, так называемой «легенды монеты». Эти изображения символизировали локации, в которых выпускались и функционировали конкретные монеты, и особое место среди них занимали антропоморфные изображения, наиболее симптоматично проявляющие характер присутствия власти (что верно и для других форм денег). В период расцвета полисов на монетах появились стилизованные портреты богов-покровителей, связывая политический и правовой характер репрезентаций с религиозным вневременным сознанием. Первым реальным человеком, изображенным на монетах, стал Александр Македонский, но большинство выпусков с его портретом

⁹ Преимущественно округлой, что впоследствии станет каноном, хотя среди старинных монет встречаются и исключения.

¹⁰ Латинское «moneta» (предвозвестница, советчица) — один из эпитетов богини Юноны, который происходит от глагола «monere» (указывать, наставлять).

¹¹ При этом сложно определить, в чем состоит функциональное значение двусторонности монет как социальной практики. Это замечание в равной степени касается и бумажных денег.

отчеканено после его смерти — этот прием его преемники использовали, чтобы легитимировать собственную власть, обращаясь к наследию империи Александра (Kakavas, 2016). Однако вскоре преемники Александра для подтверждения своей власти и ее продвижения начинают выпускать монеты с собственными реалистичными портретами, что становится новой традицией в дизайне, сохранившейся до XXI века¹². Визуальные репрезентации монет Римской Империи приобретают еще более выраженный характер пропаганды, освещающей события повседневности и прославляющей милитаристские кампании, а также деятельность императоров и членов их семей. В этот период возникла и практика выпуска коммеморативных, то есть памятных монет, с помощью которых правящие императоры прославляли усопших членов своих семей. Далее, в дизайне монет Византийской империи появляется обращение к истории, ведущей отсчет от событий Нового Завета¹³, что не было характерно для античных монет, при этом происходит канонизация живых правителей как помазанников Божьих. Сюжеты монет государств, возникавших в Западной Европе, начиная с этого времени и до появления в Европе XVIII в. бумажных денег, преимущественно конструировались в пределах тех вариаций, которые сложились в дизайне монет в античное время.

Что касается бумажных денег, то с точки зрения категории «масштаба» их функциональность соизмерима со свойствами монет, но на уровне категории «количества и качества» они имеют иные свойства. При этом следует различать кредитные, то есть обеспеченные золотом, и фиатные, то есть не обеспеченные золотом деньги, чья номинальная стоимость устанавливается и гарантируется государством вне зависимости от стоимости материала, из которого изготовлены эти деньги. Переход на бумажные деньги свидетельствует об интеллектуализации социально-экономических отношений, кроме того, по сравнению с монетами бумажные деньги являются более тиражируемыми — деньги попадают в руки к большему числу людей. С позиции категории «достоверности» меняются и социальные практики, связанные с материальной функциональностью бумажных денег — одним из примеров этого может послужить трансформация дизайна предметов для ношения денег¹⁴. А в отношении категории «интенции» с появлением бумажных денег возникает новая традиция дизайна: если первоначально это только текстовая информация, то с развитием печатных технологий появляются возможности использовать более сложные композиции с геральдическими знаками и другими изображениями. Введение бумажных денег совпадает с Великой французской революцией и распространением идей Просвещения в Западной Европе, когда под государством подразумевается уже не только монарх, но общность субъектов. Поэтому в дизайне банкнот

¹² Например, на монетах номиналом в 1 и 2 евро, отчеканенных в Испании, изображен портрет короля Филиппа VI.

¹³ При этом даты в дизайне монет появляются лишь в XIII в.

¹⁴ То есть различных мешочков, сумочек и кошельков, вплоть до холдера для банковских карт (а иногда и банкнот), который прикрепляется к оборотной стороне смартфона.



используются не портреты живых правителей¹⁵, а антропоморфные аллегии. Это согласуется и с материальным характером банкнот — ведь в отличие от монет, обладающих собственной ценностью, они являются лишь чистым символом денег. В дизайне возникла и новая составляющая: подпись лиц, являющихся хранителями государственной казны, а также предупреждение о преследовании по закону в случае подделки денег.

Со второй половины XIX века в дизайне банкнот появляются полноценные исторические репрезентации с использованием портретов правителей прежних эпох — например, русских царей и императоров из дома Романовых на рублях российской империи. После Первой мировой войны с распространением в Европе социалистических движений, а также благодаря развитию фотографии, возникает тенденция изображать на банкнотах обычных людей. Это можно расценить как стремление властей, выпускающих деньги, продублировать реальность и подтвердить ее правдивость через дизайн. Своего апогея такие репрезентации достигают при тоталитарных режимах, где фокус на физической силе оказывает стабилизирующий, завораживающий эффект, следуя метафоре Сьюзан Зонтаг (Sontag, 1980), как в случае оккупационных денег Третьего Рейха, изображающих представителей поработанных масс (Рисунок 1). В дизайне советских рублей повседневные образы советского человека с 1937 года вытесняются портретами Владимира Ленина, которые сначала как бы обещают скорое приближение светлого будущего, а после Второй мировой войны монументализируются (Рисунок 2). В дизайне бумажных денег других государств в этот период происходит возврат к историческим репрезентациям, однако вместо государственных деятелей чаще используются портреты художников, писателей, музыкантов и ученых. Начиная с 1980-х годов в дизайне денег различных стран постепенно появляются сюжеты без портретов, связанные с природным и историко-культурным наследием, а с приходом XXI века репрезентации становятся все более абстрактными. Это говорит об интеллектуализации самого дизайна, артикулирующего культурное многообразие и духовные ценности. Однако, несмотря на такую кажущуюся нейтральность, дизайн банкнот по-прежнему имеет политический характер — на деньгах может появиться только то, ценность чего утверждена правящей властью, хотя сама по себе она становится невидимой.

Переход на практики бесконтактных платежей оказывается наиболее революционным в контексте дематериализации денег. С точки зрения категории «масштаба» их распространения происходит высвобождение денежного потока от материального носителя, в случае использования криптовалют это также и манифестация свободы от государственных институтов. На уровне категории «количества и качества», как уже упоминалось ранее, электронные

¹⁵ Даже в период Французской империи портреты Наполеона Бонапарта размещались только на монетах, а банкноты изображали аллегию Свободы (Марианну) и другие персонификации. В других государствах XIX века практиковалась схожая система, впрочем, в XX веке в некоторых государствах Азии (например, во Вьетнаме, Лаосе и Камбодже) выпускались банкноты с изображениями реальных действующих правителей.



Рисунок 1. Оккупационные денежные знаки Центрального эмиссионного Банка Украины, 1942 г. Источник: (Орлов, 2008: 472–477).



Рисунок 2. Билеты Государственного банка СССР образца 1937 г. — сверху, 1947 г. — в центре и 1961 г. — снизу.

Источник: (Орлов, 2008: 318, 330, 335).

платежные операции приобретают абстрактный характер денежного массива, что свидетельствует об установлении более сложных ценностных связей между объектами. Что касается категории «достоверности», функциональные особенности бесконтактных платежей, обуславливающие возникновение новых социальных практик, приобретают все более индивидуализированный и эргономичный характер. Кроме того, важен и аспект персонализации данных, благодаря которой социальные отношения, опосредуемые электронными платежными операциями, становятся более прозрачными, все труднее сохранять анонимность, повышается уровень контроля пользователей, что также продиктовано целями безопасности и охраны личного капитала.

С позиций категории «интенции» репрезентации, связанные с персонализацией в дизайне сервисов электронных платежных операций, приобретают иной эффект. Присвоение карте имени действительно наделяет капитал значением личного обладания, хотя на самом деле этот капитал многократно используется в обращении активов банков, которые выпускают карты. Тем не менее, по сравнению с монетами и банкнотами, преимущественно изображавших правителей, которые выпускали государственные деньги и являлись их гарантом, или исторических деятелей, чьи портреты как бы демонстрировали ценность их вклада в государственную историю, а следовательно, и государственный капитал, дизайн банковской карты позволяет визуальнo закрепить высвобождающий эффект дематериализации денег в период дигитализации социальных отношений. В целом же дизайн банковских карт обычно имеет отвлеченный характер, оперируя образами, визуализирующими идеи свободы, независимости и мобильности, дополнительно продвигая индивидуалистические ценности, что демонстрирует разрыв с традициями дизайна монет и банкнот, для которых важнее детерминация власти (нередко, впрочем, остающаяся невидимой). В свою очередь, в дизайне логотипов криптовалют происходит попытка совмещать традиционные образы, например, в виде круглых форм, отсылающих к монетам, как в логотипе биткойна (Рисунок 3), и абстракции, визуализирующие процессы блокчейна и других технологий, связанных с разработкой криптовалют.



Рисунок 3. Логотип биткойна.

Источник: Bitcoin. URL: <https://bitcoin.org/en/> (дата обращения 05.09.2020).



В этом смысле визуальные репрезентации электронных платежных операций становятся более умозрительными и лишенными глубинного смысла, что позволяет говорить о попытке устранить из дизайна денег идеологические импликации. Так с утратой зримости исчезает и идеология, в контексте дигитализации денег трансформирующаяся в контроль, пропитывающий социальные отношения, медиатором которых являются деньги.

Заключение

Динамика дизайна денег в социально-историческом контексте демонстрирует, что с их дематериализацией не только меняется символический аспект практик обмена, но также реструктурируются и сами социальные отношения. В этом смысле визуальная и функциональная многомерность дизайна денег, рассматриваемого с помощью концепции свидетельства Энгельке, позволяет изучать эту проблему в комплексе экономических, политических и культурных значений денег. Отсюда появляется возможность проследить разноплановость трансформации символических функций денег как процесса.

Применив категорию «масштаба», мы видим, что в процессе дематериализации деньги приближаются к своему идеальному «воплощению», лишённому носителя. С одной стороны, это способствует более свободному обращению денег, пронизывающих самые разные сферы производства знания, а с другой — позволяет деньгам освободиться и от символических функций на политическом уровне. Однако категория «количества и качества» показывает, что деньги приобретают все более интеллектуальный характер в контексте социально-экономических отношений, то есть в этом смысле символизм их значения, напротив, достигает высшей точки, где соединяются функциональность и абстрактная идея.

С позиций категории «достоверности» трансформации социальных практик, связанных с использованием денег, движутся по траектории индивидуализации и персонализации, так что обмен приобретает утилитарное значение вне символического контекста. Это также верно и на уровне категории «интенции» с точки зрения значения визуальных репрезентаций, используемых в дизайне денег для опосредования режимов взаимодействия между субъектами и их самоидентификации с позиции исторического сознания.

В отношении идеологических импликаций дизайна в исторические периоды, в которые основным денежным носителем являлась монета, деньги несли более уведомительную и пропагандистскую функцию в контексте повседневности. С появлением бумажных денег их коммуникативные особенности постепенно трансформировались в скорее познавательный и даже образовательный спектр задач, чья идеологическая детерминированность оказывалась замаскирована использованием деполитизированных образов в исторических нарративах. С переходом на электронные платежные операции, в условиях которых деньги становятся незримыми, минимизируются

и возможности идеологизации с помощью средств дизайна, в контексте чего манипулирование из визуального воздействия трансформируется в невидимый контроль субъекта в условиях реального времени. Так социальные отношения, которые, казалось бы, упрощаются, становясь более свободными и прозрачными в условиях дигитализации, на самом деле приобретают более сложный и асимметричный характер, поскольку власть, управляющая деньгами, не только становится невидимой, но оказывается неуловимой в тотальной тождественности всем процессам, связанным с функционированием денег.

Литература

- Беньямин В.* Улица с односторонним движением. М.: Ад Маргинем Пресс, 2012.
- Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
- Волошинов В.* Марксизм и философия языка. М.: Лабиринт, 1993.
- Вукичевич Н.* Платежи: наличные vs. безналичные // Водяной знак. 2017. Т. 125–126. № 3–4. С. 16–21.
- Зелизер В.* Социальное значение денег. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.
- Луман Н.* Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005.
- Маркс К.* К критике политической экономии // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 13. М.: Государственное издательство политической литературы, 1959.
- Маркс К.* Капитал // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 23. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960.
- Маркс К.* Экономические рукописи 1857–1859 годов // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 46. Ч. 2. М.: Государственное издательство политической литературы, 1969.
- Никитин А. П.* Деньги как средство социальной коммуникации // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. Т. 54. № 2. С. 129–132.
- Орлов А.* Бумажные денежные знаки в Беларуси. Минск: Минская фабрика цветной печати, 2008.
- Althusser L.* On the Reproduction of Capitalism. Ideology and Ideological State Apparatuses. L., NY: Verso, 2014.
- Aumont J.* The Image. L.: British Film Institute, 1997.
- Bloch M., Parry J.* Money and the Morality of Exchange. Cambridge: Cambridge University Press, 1989. DOI: <https://doi.org/10.1017/cbo9780511621659>
- Borcuch A.* Money and Design // Journal of Economics and Business Research. 2015. № 1. P. 171–181. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2644815>
- Engelke M.* The Objects of Evidence: Anthropological Approaches to the Production of Knowledge // Journal of the Royal Anthropological Institute. 2008. № 14. P. 1–20. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9655.2008.00489.x>
- Hart K.* Money is Always Personal and Impersonal // Anthropology today. 2007. Vol. 23. № 5. P. 12–16. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8322.2007.00536.x>
- Helleiner E.* National Currencies and National Identities // American Behaviour Scientist. 1998. Vol. 10. № 41. P. 1409–1436. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764298041010004>
- Kakavas G.* Hellenistic Royal Portraiture on Coins // Pergamon and the Hellenistic Kingdoms of the Ancient World / Ed. by C. A. Picon, S. Hemingway. NY: Metropolitan Museum of Art, 2016. P. 70–76.
- Lauer J.* Money as Mass Communication: U. S. Paper Currency and the Iconography of Nationalism // The Communication Review. 2008. Vol. 11. № 2. P. 109–132. DOI: <https://doi.org/10.1080/10714420802068359>
- Maurer B.* The Anthropology of Money // Annual Review of Anthropology. 2006. № 35. P. 15–36. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.35.081705.123127>



McGinley Ch. Coining Nationality: Woman as Spectacle on the 19th Century Currency // *American Transcendant Quaterly*. 1993. Vol. 7. № 3. P. 247–269.

Penrose J. Designing the Nation. Banknotes, Banal Nationalism and Alternative Conceptions of the State // *Political Geography*. 2011. Vol. 30. № 8. P. 429–440. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2011.09.007>

Sear D. R. *Greek Coins and Their Values*. L.: Spink and Son Ltd, 2006.

Simmel G. *The Philosophy of Money*. L., NY: Routledge, 2004.

Sontag S. Fascinating Fascism // *Under the Sign of Saturn*. NY: Farrar, Straus and Giroux, 1980. P. 73–105.

Truitt A. Money // *The Cambridge Encyclopedia of Anthropology*. 2020. URL: <https://www.anthroencyclopedia.com/entry/money> (дата обращения: 02.09.2020).

van Campenhout L., Frens J., Overbeeke K., Standaert A., Peremans H. Physical Interaction in a Dematerialized World // *International Journal of Design*. 2013. Vol. 7. № 1. P. 1–18.

Дата поступления: 05.08.2020

.....

The Dynamics of Currency Design in the Socio-Historical Context

DOI: 10.19181/inter.2020.12.3.2

Kseniya Shtalenkova

Shtalenkova Kseniya – MA in Sociology, Doctorate student, Assistant lecturer, European Humanities University, kseniya.shtalenkova@ehu.lt.

The purpose of this article is to show the dynamics of currency design in a socio-historical context, from antique coins to electronic payment transactions. Currency design visualizes the symbolic features of exchange depending on the types of money circulating in certain historical periods. Therefore, the visual aspect of money is important here, which at the level of the visible concerns the material features of money, and at the level of the visual characterizes the specifics of representations used in currency design. It is crucial to analyze the relationship between the visible and the visual in currency design from the point of its functionality, which makes it possible to conceptualize money not as an object, but as a process approached through the material and political systems that create and control money. Hence, currency design highlights the perspective of multidisciplinary potential of money as an object of research, which can be assessed without separating economics from cultural significance. Using the concept of evidence by M. Engelke, this article analyzes the symbolic complex of money functions in the context of the ideological implications shifting with the transformations of currency design. In addition, money is classified according to its visual typology, which demonstrates, in the process of dematerialization, the changes in the symbolic aspect of exchange, which stimulates restructuring of social relations. It may seem that in the conditions of digitalization, social relations are simplified, becoming more free and transparent as once the money becomes invisible, the possibility of ideological manipulation through currency design is vanishing. But, in reality, social relations acquire a more complex and asymmetric features, since the power that controls money not only becomes invisible and, as a result, elusive, but transfuses the very processes associated with the functioning of money.

Keywords: currency design; dematerialization; digitalization; ideology; money; social evidence; visual

References

- Althusser L. (2014) *On the Reproduction of Capitalism. Ideology and Ideological State Apparatuses*. L., NY: Verso.
- Aumont J. (1997) *The Image*. L.: British Film Institute.
- Baudrillard J. (2000) *Simvolicheskii obmen i smert'* [Symbolic Exchange and Death]. M.: Dobrosvet. (In Russ.)
- Benjamin W. (2012) *Ulitsa s odnostoronnim dvizheniem* [One-Way Street]. M.: Ad Marginem Press. (In Russ.)
- Bloch M., Parry J. (1989) *Money and the Morality of Exchange*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/cbo9780511621659>
- Borcuch A. (2015) Money and Design. *Journal of Economics and Business Research*. No. 1. P. 171–181. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2644815>
- Engelke M. (2008) The Objects of Evidence: Anthropological Approaches to the Production of Knowledge. *Journal of the Royal Anthropological Institute*. No. 14. P. 1–20. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9655.2008.00489.x>
- Hart K. (2007) Money is Always Personal and Impersonal. *Anthropology today*. Vol. 23. No. 5. P. 12–16. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8322.2007.00536.x>
- Helleiner E. (1998) National Currencies and National Identities. *American Behaviour Scientist*. Vol. 41. No. 10. P. 1409–1436. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764298041010004>
- Kakavas G. (2016) Hellenistic Royal Portraiture on Coins. *Pergamon and the Hellenistic Kingdoms of the Ancient World* / Ed. by C. A. Picon, S. Hemingway. NY: Metropolitan Museum of Art. P. 70–76.
- Lauer J. (2008) Money as Mass Communication: U. S. Paper Currency and the Iconography of Nationalism. *The Communication Review*. Vol. 11. No. 2. P. 109–132. DOI: <https://doi.org/10.1080/10714420802068359>
- Luhmann N. (2005) *Media kommunikatsii* [Media of Communication]. M.: Logos. (In Russ.)
- Marx K. (1959) K kritike politicheskoi ekonomii [A Contribution to the Critique of Political Economy]. *Sochineniya* [Works]. Vol. 13. M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury. (In Russ.)
- Marx K. (1960) Kapital [Capital]. *Sochineniya* [Works]. Vol. 23. M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury. (In Russ.)
- Marx K. (1969) Ekonomicheskie rukopisi 1857–1859 godov [Economic manuscripts of 1857–1859]. *Sochineniya* [Works]. Vol. 46. P. 2. M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury. (In Russ.)
- Maurer B. (2006) The Anthropology of Money. *Annual Review of Anthropology*. No. 35. P. 15–36. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.35.081705.123127>
- McGinley Ch. (1993) Coining Nationality: Woman as Spectacle on the 19th Century Currency. *American Transcendant Quaterly*. Vol. 7. No. 3. P. 247–269.
- Nikitin A. P. (2013) Den'gi kak sredstvo sotsial'noi kommunikatsii [Money as Means of Social Communication]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Kemerovo State University]. Vol. 54. No. 2. P. 129–132. (In Russ.)
- Orlov A. (2008) *Bumazhnye denezhnye znaki v Belarusi* [Paper Money in Belarus]. Minsk: Minskaya fabrika tsvetnoi pechati. (In Russ.)
- Penrose J. (2011) Designing the Nation. Banknotes, Banal Nationalism and Alternative Conceptions of the State. *Political Geography*. Vol. 30. No. 8. P. 429–440. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2011.09.007>
- Sear D. R. (2006) *Greek Coins and Their Values*. L.: Spink and Son Ltd.
- Simmel G. (2004) *The Philosophy of Money*. L., NY: Routledge.
- Sontag S. (1980) Fascinating Fascism. *Under the Sign of Saturn*. NY: Farrar, Straus and Giroux. P. 73–105.
- Truitt A. (2020) Money. *The Cambridge Encyclopedia of Anthropology*. URL: <https://www.anthroencyclopedia.com/entry/money> (accessed 2 September 2020).



van Campenhout L., Fréns J., Overbeeke K., Standaert A., Peremans H. (2013) Physical Interaction in a Dematerialized World. *International Journal of Design*. Vol. 7. No. 1. P. 1–18.

Voloshinov V. (1993) *Marksizm i filosofiya yazyka* [Marxism and the Philosophy of Language]. M.: Labirint. (In Russ.)

Vukichevich H. (2017) Platezhi: nalichnye vs. beznalichnye [Payments: Cash vs Contactless Payments]. *Vodianoj znak*. Vol. 125–126. No. 3–4. P. 16–21. (In Russ.)

Zelizer V. (2004) *Sotsial'noe znachenie deneg* [The Social Meaning of Money]. M.: Izd. dom GU VShE. (In Russ.)

Received: 05.08.2020