

## СИНКРЕТИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ЦЕННОСТИ ДЭВИДА ГРЕБЕРА: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ

**Т.М. Шишкина**

Санкт-Петербургский  
государственный университет,  
Санкт-Петербург, Россия

shishkinatatianam@gmail.com

В статье рассматриваются подходы к теории ценности в современной экономической антропологии. Особое внимание уделяется взглядам английского антрополога Дэвида Гребера. Антропологическая теория ценности предстает как преемница одновременно социологических и экономических традиций. Главной целью статьи являются выявление сходств и различий между антропологической и экономической теориями ценности, определение возможностей применения полученных экономической антропологией выводов в экономической мысли. В статье проводится анализ предпосылок антропологической теории ценности, прослеживается преемственность взглядов на определение ценности в рамках экономической антропологии, отмечается сходство рассмотренного подхода с маргинализмом и неоклассикой. Отдельное внимание уделяется критическому анализу социоантропологического определения ценности при престижном потреблении и проблеме фальсификации гипотезы о символическом капитале.

**Ключевые слова:** экономическая антропология, теория ценности, маргинализм, Д. Гребер.

DOI: 10.17212/2075-0862-2017-2.2-17-29

### **Подходы к определению ценности: поиск отправной точки**

Еще Герберт Саймон отметил, что междисциплинарные исследования в экономической теории направлены преимущественно в сторону экспансии методов и подходов экономики на сопредельные дисциплины. Экономическая антропология в этом смысле представляет своего рода исключение и предстает в двух ипостасях. С одной стороны, она включает в себя изучение экономики примитивных обществ методами современной экономической теории и в этом смысле лежит внутри поля экономической истории. С другой стороны, сама экономическая теория подвергается антропологами критике и переосмыслению. Наиболее видными представителями этого направления являются Маршалл Са-

линз и его ученик Дэвид Гребер. Их работы представляют собой антропологический анализ экономики примитивных обществ, попытку применения методов экономической теории к изучению догосударственных экономик. В ответ на это возникает необходимость в осмыслении полученных ими выводов в рамках экономической теории, своего рода экономическом анализе уже не экономики, но теорий экономической антропологии примитивных обществ, чему и посвящена данная статья.

Стартовым вопросом работы Д. Гребера «По направлению к антропологической теории ценности: фальшивые монеты наших мечтаний» можно считать вопрос о том, как присваиваемое вещи или акту значение «превращается в желание» [10, р. IX] совершить экономическое дей-

ствие, т. е. как ценность товара стимулирует экономическую активность. Определяя само понятие ценности, Гребер говорит следующее: «ценность, как я полагаю, может быть представлена (...) как то, как действия становятся значимыми для актора путем включения их в некую большую социальную тотальность» [10, р. XII]. Под последней он понимает синхронический срез институтов – «неподвижные объекты как модели движения и то, что кажется неподвижными социальными структурами, как модели действий» [Там же]. Разумеется, сам по себе подход к определению ценности как контекстного понятия не является новым ни для экономической теории (мы наблюдаем особый расцвет такого понимания ценности в рамках маржинализма), ни для антропологии. Очевидно влияние М. Мосса как автора идеи «тотальных поставок» и «тотальности» в целом на формирование концепта ценности как результата интеграции деятельности субъекта в тотальную социальную структуру. Можно сказать, что ценность у Гребера приобретает форму одновременно субъективной и контекстной, т. е. зависящей от среды, в которой происходит экономическое действие, и при этом коллективной. Здесь наблюдается расхождение с нарративом маржинализма, который во многом строится на атомистическом подходе и связанном с ним принципе индивидуализма: ценность в рамках маржинализма является результатом личной оценки индивида, и на уровне общества происходит простое сложение ценностей каждого из участников экономической жизни. Позиция Гребера здесь отлична: если ценность есть результат социального контекста, то она по определению не может быть индивидуализирована и является коллективной в том смысле, в каком

сам социальный контекст является результатом коллективного взаимодействия. Атомистическому подходу он противопоставляет подход синергетический, где целое является большим, чем сумма составляющих его элементов, а структура детерминирует составляющие ее части.

Определив ценность как субъективную с одной стороны и заданную социальным контекстом – с другой, Гребер выделяет три возможных подхода к определению ее природы, причем отмечает, что только их совместное применение способно дать полноценное понимание вопроса.

1. «Ценность в социологическом смысле»: ценностью является то, что «однозначно хорошо, правильно или желанно в человеческой жизни» [10, с. 1]. Такое понимание природы ценности перекликается с «концепциями желаемого» К. Клакхона, о которых будет сказано ниже.

2. «Ценность в экономическом смысле»: ценность – это «степень, в которой объект желанен, и измеряется тем, сколько другие готовы отдать, чтобы получить данный объект» [Там же]. Так, про Гребера, экономическая теория трактует ценность как субъективно оцениваемую способность вещи приносить удовольствие – немедленно в процессе потребления или в будущем [10, с. 9], а индивид понимается у него исключительно с точки зрения максимизирующего поведения. Легко заметить, что это маржиналистский подход к определению ценности, полностью основанный на цене спроса и не учитывающий цену предложения.

3. «Ценность в лингвистическом смысле»: ценность – это «значимое отличие». В данной трактовке теория ценности сводится Гребером к анализу терминов, обозначающих объекты, идеи и действия, ко-

торые изучаемая группа считает наиболее важными и ценными. Так, по замечанию Е. Эванса-Причарда, «ценности заключены в словах, через которые они влияют на поведение» [8, с. 135].

Несмотря на предложенное Гребером разделение, представляется, что у социологического и лингвистического подходов объекты исследования различаются лишь формально: в первом случае в центре внимания оказываются институты, а во втором – термины, их обозначающие. Разделение это условно в том смысле, что изучение институтов в антропологическом дискурсе неотделимо от анализа их названий. Таким образом, можно сказать, что Гребер выделяет лишь два принципиально отличных подхода: экономический, где ценность определяется субъектом действия, и антропологический, где она задается обществом, а субъект выступает как своего рода получатель такого социального кода, *value-taker*.

В ретроспективном анализе эволюции понимания ценности в антропологии Гребер уделяет особое внимание критическому рассмотрению подхода антрополога Клайда Клакхона. Клакхон определял ценности как «концепции желаемого» – социально заданные представления индивидов не столько о конкретных товарах, сколько о структуре общества в целом и месте и роли каждого субъекта в нем. Ценности выступают уже не результатом рационально обработанных желаний индивида (что переключалось бы с маржинализмом и ценой спроса в неоклассике), но продуктом убеждений индивидов о том, что им «надлежит хотеть, какие потребности являются легитимными и каковы их права на стремление к их удовлетворению» [10, с. 3]. Такая трактовка ценности вызывает вопрос об определе-

нии категорий, задающих эти концепции желаемого, об их сходстве или отличии от институтов. В рамках своего анализа Клакхон решает эту проблему введением нового понятия – «ценностные ориентиры», которые фактически представляют собой формализацию и переработку так называемых экзистенциальных вопросов, отмеченных еще Ж.-П. Сартром. Как представляется, концепции желаемого Клакхона остались лишь эпизодом в истории создания антропологической теории ценности в силу того, что остается нерешенной проблема перехода от общих вопросов к прикладным категориям: как эти ориентиры влияют на принятие конкретных хозяйственных решений? Резюмируя же анализ Гребером подхода Клакхона, можно сказать, что ценность выступает как функция социально-этического кода.

В этом смысле антропологическая теория ценности по Греберу не столько позволяет выявить природу ценности, ее источник, сколько маркирует превалирующие в заданной группе представления о ценных вещах и в конечном счете идеях. Представляется, здесь лежит принципиальное отличие подхода Гребера от экономического: ценность у него понимается не как стоимость, не как некие объективные или субъективно приписываемые качества вещи, оказывающие влияние на обмен, торговлю и рынок, а как самостоятельная характеристика вещи (или действия), делающая ее ценной вне зависимости от того, вовлечена ли она в экономические отношения. Это достаточно интересно, так как, анализируя экономические подходы к определению ценности, Гребер останавливается на теории Маркса и фактически не затрагивает более современных взглядов. У Маркса же ценность невозможна вне экономи-

ческого контекста, она является производственным отношением и невозможна сама по себе, вне рынка. Более того, вслед за Салинзом (и Поланьи) Гребер поддерживает идеи субстантивизма, т. е. принципиального отличия экономических законов, действующих в примитивных обществах и в рыночной экономике, причем он стоит на этих позициях и в своей более поздней работе «Долг: первые 5000 лет истории» [1]. При этом с позиций субстантивизма адекватность применения идей Маркса вызывает ряд вопросов, что не мешает Греберу использовать марксово понимание, например, собственности как отношения. Так, он устанавливает, что собственность можно понять как «социальное отношение», как закрепление правила, что принадлежащую индивиду вещь никто, кроме него, не имеет права брать, т. е. своего рода «социальный контракт» [10, с. 9]. На первый взгляд, этот подход очень близок к неoinституциональной теории контрактов и подходу О. Уильямсона, однако нигде в тексте Гребера мы не наблюдаем обращения к этой теории. Напротив, он приходит к понятию социального контракта через работы М. Салинза и М. Стратерн, чьи подходы к проблеме рассматриваются далее.

#### **Ценность как продукт обмена и социальный конструкт**

В ходе анализа Гребер обращается к работам своего учителя М. Салинза, дополняя их определением «значения через различение» [Там же, с. 14]. В трактовке Гребера Салинз перерабатывается в контексте структурализма, когда значение термина определяется его местом в тотальной системе (как представляется, это своего рода квазигерменевтическая трактовка ценности, когда значение символа понимается из текста и по-

лезность задается своего рода экономическим текстом), но при этом и тотальная система в целом выступает как результат сложения символов, а потому не может быть понята без понимания каждого из них отдельно. Гребер фактически подставляет в герменевтический дискурс категорию ценности на место элемента текста, а экономическую деятельность – на место самого текста. В этом случае его тезис «задавать ценность – значит помещать объект в определенный набор категорий, определяя его в нем» [Там же, с. 40] устанавливает актором не индивида, а общество, которое и «читает» экономический текст. В такой трактовке институты, например, права собственности, выступают как «социальные конструкты» в том смысле, что существуют не сами по себе, но созданы обществом.

Одновременно с этим ценность как значение достигается через «негативное определение» по Ф. Соссюру, когда за счет перечисления того, чем заданный объект не является, приходит понимание того, чем он является [Там же, с. 13]. Такое негативное определение строится на противопоставлении заданного товара и всех прочих объектов, что логичным образом ставит вопрос об источнике характеристик, по которым производится сравнение, при каждой итерации обнаруживающее отличие. Возвращаясь к Салинзу, Гребер замечает, что ценность той или иной вещи определяется через определение, с одной стороны, того, на что ее можно обменять, а с другой – с чем ее можно сравнить [Там же, с. 15]. Однако можно ли с уверенностью утверждать, что сравнительные характеристики, лежащие в основе противопоставления объектов друг другу, так же определяют и ценность? Представляется, что Гребер делает переход от необходимости к достаточно-

сти: если ценность задается через противопоставление, а противопоставление – через сравнительные характеристики, значит, эти сравнительные характеристики определяют также и ценность.

Но не происходит ли здесь подмены понятий из-за предположения о наличии транзитивности? Рассмотрим исследование, приводимое Гребером в качестве примера, – работы Луи Дюмонта, где сравнение вырождается в систему иерархии. Дюмонт с учениками, изучив так называемые «ключевые ценности» четырех племен, заметили, что сами эти ценности получали название лишь в случае, если общества взаимодействовали с другими и нужно было как-то обозначить заданные объекты при контакте с чужаками. В противном случае необходимости в назывании ценностей не было. Это является весьма своеобразным подкреплением идеи структурализма о том, что значение достигается лишь через различение – в данном случае это различение не объектов, но социальных структур и этических кодов. Далее, по Дюмонту, идеи так же являются ценностями, и из двух понятий одно всегда превосходит другое, включает и окружает его. Само установление значения через различение, таким образом, распадается на две части. Во-первых, имеет место различение не объектов, а субъектов, присваивающих объектам ценности, или, чтобы оставаться в категориальном поле антропологии, этических кодов, где различаются опять-таки не столько объекты – носители кодов, сколько способы их дешифрации. Во-вторых, это различение основано на ранжировании и, по Греберу, содержит в себе ценность как основание такого ранжирования [Там же, с. 17].

Можно заметить, что в рамках этого подхода ценности ранжируются по отно-

шению друг к другу и при этом являются критерием, по которому происходит ранжирование членов общества и составление иерархии. Похожие замечания высказывали К. Грегори, отметивший, что в экономике дара «нет ценности, но есть ранжирование по категориям» [Там же, с. 41], и М. Стратерн, высказавшая предположение о том, что ценности можно разделить на устанавливаемые рационально как пропорции выражения одного обмениваемого объекта в другом, определяемые по происхождению и по ранжированию [11, с. 286]. Таким образом, Гребер через анализ антропологических и структуралистских подходов к определению ценности вновь приходит к маржинализму – на этот раз к ординализму и ранжированию полезностей, поскольку ценность он, как было сказано выше, трактует именно как способность удовлетворять те или иные потребности, т. е. как полезность.

Возвратимся теперь к заданному ранее вопросу: можно ли назвать сравнительные характеристики объектов источником их ценности? Из аргументации Гребера следует, что различительные характеристики вводились из-за необходимости определить ту или иную вещь, отделив ее от множества всех остальных. Такое различение определяет вещь как таковую, но не ее ценность, поскольку для того чтобы стать ценностью, этому отличию необходимо присвоить значение – не в сосюрсовском понимании, а в более прикладном, потребительском. Именно то, является ли данное свойство товара более полезным по сравнению со свойствами других товаров, и ставит его на более или менее высокую ступень при ранжировании. Полезность же товара – это вновь категория маржинализма; фактически Гребер опять, пусть и кружными

путями, приходит к понятийному аппарату Австрийской школы. Он вводит лишь одно «значимое отличие»: полезность может оцениваться не только индивидом, но и группой в целом. Однако здесь нет противоречия с идеями маржинализма – являясь «получателем» коллективных представлений о полезности, индивид выступает их ретранслятором, способным перерабатывать принимаемый сигнал, т. е. как в целом группа, так и каждый индивид по отдельности присваивают товару ту или иную ранжированную полезность. Как раз отличие этих представлений о полезности – коллективных и индивидуальных – могло бы стать интересным предметом экономико-антропологического исследования, но, не признавая родства с маржинализмом, Гребер не уделяет данному вопросу внимания.

Упомянутая выше ценность «по происхождению» М. Стратерн напрямую связана с «биографией» объекта, с его идентичностью, погруженной в сеть социальных отношений, а также с набором историй, сопровождающих наследуемые вещи и придающих им особую ценность. Здесь ценность – это уже не значимое отличие, видимое субъектом, но результат социального взаимодействия по поводу вещи. История товара выступает хроникой отношений по его поводу, но согласно с Марксом тут обманчиво: по Греберу, такого рода истории пренебрегают производством вещи и описывают лишь обмен (Гребер приводит пример с плащом у маори, когда история сражений за этот плащ сохранилась в легендах, в то время как история производства была утеряна [11, с. 185–187]). На взгляд Гребера, это может быть связано с тем, что ценность таких наделенных биографиями или, по А. Вейнер, «трансцендентных» объектов выступает результатом всех уси-

лий, «приложенных людьми для их сохранения и защиты» [Гам же, с. 45]. Усилия же, приложенные при *производстве* вещи, напротив, отступают на задний план. Необходимо заметить, что у этого может быть весьма прозаическая причина. Так, если обратиться к работам М. Салинза, это может быть объяснено определенной простотой и, что главное, открытостью технологии производства большинства общеупотребимых товаров и относительно низкой спецификацией требующихся для этого усилий [7]. Таким образом, многообразие социальных связей делает истории *обмена* вещи уникальными, а однообразие способов производства делает истории ее *создания* похожими одна на другую.

Смещение спектра внимания на социальные отношения приводит к переосмыслению природы ценности. Гребер обращается к А. Аппадурай и Г. Зиммелю и отмечает, что ценность исходит не из труда, а из обмена. Отказавшись от марксистского примата производства, Гребер вновь приходит к уже открытому маржинализмом тезису, замечая, что ценность объекта измеряется тем, сколько индивид готов отдать ради обладания объектом. Однако он привносит определенную новизну в маржиналистский нарратив и высказывает критику подобного определения ценности, равно как и критику понимания ценности через различение, замечая, что оба подхода основываются на статической постановке вопроса, когда производится синхронический срез той самой тотальности, из совокупности социальных связей, этического кода и символов, которой извлекается значение объекта и ценность товара.

Большую роль в теории ценности Гребера занимает критика подхода, обозначенного им как подход Парменида. Он начина-

ет третью главу своей книги о теории ценности с различения двух традиций в науке, утверждая, что идущая от Парменида идея понимания объектов в статике как неизменных и вневременных, существующих, как позднее у Платона, в мире идей, привела к принципиально неверному определению ценности. Такой традиции он противопоставляет подход Гераклита: нельзя дважды войти в одну и ту же реку. Гребер замечает, что хотя воды этой реки действительно меняются, их изменение, «характер течения» и являются истинным объектом изучения [Там же, с. 52]. По Греберу, общество сконструировано из действий, а совершающие их люди – «активные, имеющие намерения и воображение существа, существующие в то же время в определенной физической среде» [Там же, с. 57]. Именно здесь Гребер по-настоящему определяет свое положительное отношение к марксистскому подходу: он замечает, что экономические субъекты существуют и принципиально отличаются от животных благодаря своему воображению и способности к созидательному творчеству, выраженному в производстве товаров и услуг. Это напрямую коррелирует с известным высказыванием Маркса о том, что именно воображение, способность представить себе результаты своего труда отличает людей от животных. Далее Гребер замечает, что, хотя «индивид всё время переопределяет себя» за счет экономических действий в рамках социальной структуры [Там же, с. 59], и в этом смысле обмен является производительным по отношению к социальной позиции субъекта, он всё равно действует в условиях, которые заданы как бы эксплицитно, т. е. не являются результатом его выбора. Этот тезис о роли бытия в определении сознания мы также находим у Маркса, у Гребера же он

принимает форму рассуждений о возможности отделения индивидом самого себя от контекста, и, следовательно, степени осознанности им собственных экономических действий.

В рамках экономической теории вопрос, заданный Гребером, далеко не нов. Возможно, наиболее известно обращение к нему со стороны Фридриха фон Хайека, построившего на нем свою критику социализма как модели управления. В самом деле, по Греберу, экономический агент погружен в социальную структуру, задающую ценность товаров и значения транзакций, и в этом смысле сам агент определяется через эту сеть взаимодействий. Однако возможности индивида, его, по терминологии Г. Саймона, вычислительная мощность когнитивных способностей недостаточны для осознания всей сети в ее целостности и отделения собственных побудительных мотивов от общего кода. Поскольку индивид задан структурой, его экономические мотивы также заданы ею, равно как и ценности обмениваемых товаров. Они не могут быть отделены от ее тотальности и одновременно и подкрепляют существующую социально-экономическую структуру, и подчинены ей. В такой системе атомистическая логика неоклассики едва ли применима, поскольку ни один из индивидов или фирм не является экономической «материальной точкой». Скорее, он является вершиной графа, оказывающей влияние и подвергающейся ему, причем зависимость качественной величины этого влияния от размера экономического субъекта, как представляется, может быть нелинейной.

Понимание субъекта экономической деятельности как динамической категории, постоянно переопределяющей себя в процессе производства и обмена, приводит

к динамическому пониманию общества в целом как совокупности процессов и действий. В так понимаемом обществе ценность – это способ, который позволяет акторам «видеть свои действия как значимые» [7, с. 76]. Таким образом, тезис о контекстности ценности получает развитие: ценность не только задана в определенных символах социально-экономического кода, но и реализуется через людей, на которых направлена. Это своего рода переработка концепции престижного потребления.

#### **Престижное потребление, символический капитал и проблема фальсификации**

Гребер уделяет большое внимание критическому переосмыслению работ П. Бурдьё, в частности его тезису о том, что в экономической деятельности отношения выходят на передний план, и изучение такой деятельности стремится к тому, чтобы обнаружить скрытые отношения власти и доминирования [Там же, с. 30]. Необходимо отметить, что Гребер предлагает и весьма обширную критику взглядов Бурдьё на символический капитал и логику формализма, вытекающую из введения данного понятия. Так, понятие символического капитала (или, в рамках разговора о цене спроса, символической полезности) лишь на первый взгляд решает проблему наличия немасимизирующего, т. е. нерационального поведения субъектов экономической деятельности [Там же, с. 29]. В самом деле, понятие символического капитала означает, что индивиды всегда производят некий экономический, максимизирующий расчет, а в случаях, если в результате поведения полезность на первый взгляд не максимизируется, то следует учесть нематериальные факторы (доверие, репутацию,

статус и т. д.), которые могут максимизироваться за счет данного поведения. Так, например, дар, по Бурдьё, есть способ увеличения своего символического капитала, и потому процесс дарения вполне укладывается в модель максимизирующего поведения [Там же, с. 29].

Подойдем к трактовке рационального поведения со стороны принципа фальсификации Карла Поппера. Если поведение может быть названо максимизирующим и потому экономически рациональным с поправкой на то, что максимизироваться могут специфические формы капитала, например символический, то окажется, что любое поведение является в этом смысле максимизирующим, а изначальная гипотеза (о максимизации поведения) будет свободно распространяться на любые формы выгоды, к которой может стремиться субъект – т. е., по Попперу, гипотезу можно будет изменять так, чтобы она согласовывалась с любым результатом эксперимента *post factum*. В таком случае сам термин «максимизирующее поведение» окажется избыточным, так как он будет включать любое действие по определению.

Наличие расчета в любой экономической деятельности также не является однозначным. С одной стороны, есть концепция Джорджа Катона о разделении экономического поведения на привычное (где выбор не осуществляется) и нуждающееся в принятии решения (которое подразумевает выбор) [2]. Одновременно с этим есть весомый аргумент в пользу введения понятия рациональности процедур, озвученный Г. Саймоном: поскольку когнитивные возможности экономического агента ограничены, он оптимизирует процесс процедуры принятия решений, довольствуясь удовлетворительными результатами. При этом



потери от выбора достаточно хорошего, но не наилучшего варианта компенсируется экономией на «операционных мощностях» – времени, усилиях по сбору информации и т. д. [6]. Таким образом, утверждение (по логике Бурдьё и Гребера) о том, что индивиды для максимизации символического капитала производят полный набор расчетов, является переоценкой реальных возможностей субъекта.

Проводя свой анализ власти, Гребер исходит из двух оснований: он берет тезис Фуко о том, что «власть – это то, что видно», и дополняет им подход Тернера, обозначая два вида власти: власть индивида делать что-то и власть определять, что можно делать с индивидом [Там же, с. 95–99]. В этом смысле перерабатываются и концепции ценности при престижном потреблении: ценность в данном случае локализована не в цене спроса, т. е. в полезности товара для субъекта, его потребляющего, но в способности товара быть признанным окружающими субъекта лицами. То есть можно сказать, что ценность товара при престижном потреблении связана не со способностью вещи (или услуги) удовлетворить потребности индивида, но с содержанием в ней некоего набора символов, и потому определяется способностью общества или заданного сегмента общества декодировать заключенную в товаре систему символов. Таким образом, в отличие от обычного потребления, престижное локализовано не внутри, а вне субъекта.

Власть делать что-то связана, по Тернеру и Греберу, с набором скрытых, неявных возможностей индивида, и в этом смысле чем менее четко специфицировано определение этой власти, тем она больше, так как больше возможный потенциал действий [Там же, с. 98]. Можно сказать,

что это власть с проекцией на будущее, так как действия субъекта еще не произошли. Власть определять, как надлежит обращаться с субъектом, напротив, напрямую связана с прошлым опытом – с тем, как раньше разрешено было вести себя с заданным субъектом. Отсюда следует явная проекция данных видов власти на социальные классы: если власть задавать порядок обращения с собой наиболее явно выказывает себя, по Греберу, среди аристократии, действует в отношении монархов, правителей или религиозных деятелей, то власть делать что-то находит себя среди класса предпринимателей и капиталистов. В этом смысле позиция Гребера находится под явным влиянием его учителя М. Салинза, разделившего понятие богатства на «быть богатым», т. е. обладать ресурсами и капиталом, и «вести себя как богатый» (или даже «заставить других обращаться с собой как с богатым»), что характерно как раз для той или иной формы аристократии, даже в примитивных экономиках [7]. Можно заметить также влияние М. Стратерн, поскольку индивид понимается как результат совершенных им или над ним действий, и отголоски философии экзистенциализма, где субъект задается как результат собственных решений и потому создает и переопределяет себя.

Введение такого разделения позволяет Греберу продолжить разговор о ценности особо важных наследуемых объектов. Он дополняет характеристику, данную А. Вейнер трансцендентным объектам, замечая, что природа их ценности сходна со вторым видом власти, так как сопряжена с действиями, которые ранее предпринимались по поводу данной вещи, с практикой обращения с данной вещью. Если объект ценился ранее, то его следует ценить и впредь, и в этом эмпирическом правиле скрыта сущ-

ность ценности. Перекликается позиция Гребера и с подходом Н. Манн, о чем он, правда, открыто говорит, приводя ее слова о том, что ценность – это процесс, в котором «невидимый потенциал человека, его способность действовать, трансформируется в осязаемую форму» [10, с. 45]. Однако, как представляется, здесь Гребер сам себе противоречит: данное определение ценности напрямую связано с производством, а он прежде весьма ясно заявил о том, что ценность погружена в социальные отношения и устанавливается в обмене. Возможно, такое противоречие вызвано стремлением Гребера интегрировать откровенно маргиналистское видение проблемы в официально декларируемую им марксистскую парадигму.

Отдельно следует отметить, что критика Гребером «позиции Парменида» в экономике и его призыв обратиться к динамике направлены не по адресу: еще начиная с выхода работы Харрода в 1939 году экономическая теория активно занимается проблемой экономического роста. Критика Гребера может быть применима к более ранним подходам, рассматривавшим экономику в ключе синхронического среза, но современная экономическая теория может предложить в ответ на такую критику целый ряд моделей экономического роста. Представляется, что критическая риторика Гребера связана с тем, что его собственные экономические воззрения лежат между марксистским подходом к изучению социальных процессов и маргиналистским пониманием ценности и не затрагивают более современных экономических теорий.

Необходимо отметить, что Гребер, обещав в начале своей книги сравнить существующие в антропологии теории ценности, фактически концентрирует свое

внимание лишь на ценности особых предметов: предметов престижного потребления, объектов символического или ритуального значения, даров и специфических предметов вроде вампума. В заключительной части своей книги он уже ясно отмечает, что говорит лишь о наиболее ценных вещах, обладающих своей историей, а также зачастую приписываемых им человеческих качествах или способностях [Там же, с. 211]. Он фактически не останавливается на вопросе о ценностях повседневных товаров. Отсюда вытекает ряд сложностей с интеграцией его подхода в экономическую теорию: он выступает с критикой экономических законов, однако изначально объектом исследования берет товары, в экономической теории выделенные в особые категории (те же товары демонстративного потребления). При этом он не рассматривает экономические подходы к их изучению, например теорию Т. Веблена, но обращается к марксизму, приходя к нему во многом через работы М. Мосса, и даже здесь обходит стороной поднятый Марксом вопрос о фетишизме, который, казалось бы, и следовало рассмотреть в данном случае.

### Выводы

Резюмируя сказанное о теории ценности, которую Дэвид Гребер разрабатывает в своей книге, можно заметить, что она фактически не выходит за рамки очерченных им самим уже сложившихся направлений в антропологии. С одной стороны, он понимает ценность как процесс или, скорее, феномен, за счет которого «действия становятся значимыми для индивидов, когда их помещают в некую социальную общность – реальную или нет» [Там же, с. 254]. Это подход, обозначенный самим Гребером как лингвистический, опре-

деляет ценность как значение объекта, которое задается тотальностью, т. е. в данном случае всей совокупностью социально-экономических отношений, в которые погружен субъект и которые определяют объект. С другой стороны, можно смело сказать, что Гребер понимает ценность как отношение, где обозначенное в лингвистическом подходе «значение» достигается в динамическом контакте активных экономических агентов по поводу данной вещи и где это значение не существует отдельно от набора социально-экономических связей. Однако действительный интерес представляет тот факт, что на этом родство взглядов Гребера с Марксом заканчивается, несмотря на то что он отводит анализу его идей и их влиянию на М. Мосса значительную часть своей книги. С экономической точки зрения подход Гребера лежит в методологическом поле маржинализма, так как он определяет ценность исключительно через цену спроса и полезность. В такой подход вписывается и его внимание к престижному потреблению, которое в теории предельной полезности легко объясняется введением понятия субъективной полезности, и обращение к сфере обмена, а не производства, что было бы ожидаемо для марксистской теории. Как представляется, Гребер берет из марксизма идею социальной динамики, однако на его теорию ценности это влияние не оказывает.

Одним из немногих отличий подхода Гребера от маржинализма, не позволяющим назвать его теорию ценности вариантом теории предельной полезности, является рассмотрение общества как результата взаимовлияющих и переплетающихся взаимодействий, дающих на выходе целое, большее суммы всех частей. Он пытается интегрироваться в подход М. Мосса и отой-

ти от атомистического подхода, тем самым вписав «полезностную» теорию ценности в концепцию тотальности. Возможно, его теорию в рамках экономической мысли удачнее всего было бы анализировать с точки зрения неоинституционализма, в частности, с помощью применения теории игр и теории графов для анализа генезиса и динамики институтов и их влияния на экономическое поведение. Однако такого перехода он не делает, оставаясь в рамках дифференциальной логики маржинализма и не выходя на дискретный подход.

Антропологическая теория ценности представляется поистине синкретической, сочетающей экономической и социологический подходы и заимствующей часть категориального аппарата из лингвистики. Сама необходимость создания отдельной антропологической теории ценности во многом вытекает из давней controversy между субстантивизмом и формализмом, в которой Гребер занимает субстантивистскую позицию. Он исходит из принципиального отличия экономических законов, действующих в примитивных и рыночных обществах, заявленного в XX в. в работах Карла Полаanyi. Однако субстантивизм вовсе не противоречит экономической теории, поскольку экономика тоже говорит о контекстности законов, об их историческом характере. Лишь часть экономических школ высказывается в пользу формализма, и как ни парадоксально, одной из них является маржинализм, которого, как было доказано выше, придерживается Гребер. Так не выходит ли, что даже апологеты субстантивизма склоняют голову перед аппаратом формальной экономической науки? Возможно, дело в том, что та самая экспансия экономической науки, о которой говорил Г. Саймон, далеко не случайна, и экономи-

ческие отношения в обществах не только рыночных, но и примитивных следует анализировать методами современной экономической мысли, перерабатывая экономические законы под влиянием контекстной необходимости.

Как представляется, главный вызов, стоящий перед антропологической теорией ценности, – это не преодоление синкретичности. В каком-то смысле антропологическая теория ценности всегда будет и даже должна быть синкретичной, поскольку ценность в архаических обществах не может быть понята ни в отрыве от экономической теории ценности, ни отдельно от специфики примитивной экономики. Но антропологической теории ценности надлежит преодолеть другую проблему – казуальность. Теория М. Салинза и Д. Гребера остается теорией исключений, теорией конкретных случаев, case study. Возможно, это результат того, что авторы придерживаются позиций субстантивизма, не позволяющих теории перейти на другой уровень научной абстракции, но пока антропологической теории ценности не хватает общих законов. Изучаются парадоксальные отличия этнографических данных от рыночных экономик, но почти не рассматривается экономика повседневности. Как представляется, именно эту лауну и может заполнить экономическая теория.

### Литература

1. Гребер Д. Долг: первые 5000 лет истории. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. – 528 с.
2. Катона Д. Рациональное поведение и экономическое поведение // Классика маркетинга / сост.: Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква. – СПб.: Питер, 2001. – С. 161–174.
3. Малиновский Б. Избранное: Аргонавты западной части Тихого океана / пер. с англ. В.Н. Поруса. – М.; СПб.: Центр Гуманитарных инициатив, 2015. – 552 с.
4. Мосс М. Общества. Обмен. Личность. – М.: Восточная литература, 1996. – 357 с.
5. Пोलаньи К. Великая трансформация. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – 321 с.
6. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // Thesis. – 1993. – Т. 1, вып. 3. – С. 16–39.
7. Салинз М. Экономика каменного века. – М.: ОГИ, 1999. – 294 с.
8. Evans-Pritchard E.E. The Nuer: a description of the modes of livelihood and political institutions of a Nilotic people. – Oxford: Clarendon Press, 1940. – 271 p.
9. Kluckhohn K. The philosophy of the Navaho Indian // Ideological Differences and World Order / ed. by F.S.D. Northrop. – New Haven: Yale University Press, 1949. – P. 356–384.
10. Graeber D. Toward an anthropological theory of value: the false coin of our own dreams. – New York: Palgrave, 2001. – 337 p.
11. Strathern M. Conclusions // Dealing with inequality: analysing gender relations in Melanesia and beyond / ed. by M. Strathern. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – P. 278–302.

## DAVID GRAEBER' SYNCRETIC THEORY OF VALUE: IN ECONOMIC SENSE

T.M. Shishkina

St.-Petersburg State University,  
St.-Petersburg, Russian Federation  
shishkinatatianam@gmail.com

The article provides the analysis of modern approaches to the theory of value in economic anthropology with an insight to David Graeber's works. The article highlights the impact of Sociology and Economics on the genesis of anthropological theory of value. The main task of the article is to identify the key points of the modern anthropological value studies and to analyze them in terms of Economics. The provided analysis shows that anthropological theory of value has a lot in common with marginalism, however, it also highlights the significant differences between these approaches. The last part of the article focuses on the opportunities to apply the economic anthropology conclusions to Economics and special attention is paid to the critical analysis of the socio-anthropological definition of value in case of the luxury consumption and the problem of falsification of the hypothesis of the symbolic capital.

**Keywords:** economic anthropology, theory of value, D. Graeber, marginalism.

DOI: 10.17212/2075-0862-2017-2.2-17-29

### References

1. Graeber D. *Debt: the first 5000 years*. Melville House, 2011 (Russ. ed.: Greber D. *Dolg: pervye 5000 let istorii*. Moscow, Ad Marginem Press, 2015. 528 p.).
2. Katona G. Ratsional'noe povedenie i ekonomicheskoe povedenie [Rational and Economic Behavior]. *Klassika marketinga*. [Marketing classics]. Compiled by B.M. Enis, K.K. Cox. St. Petersburg, Piter Publ., 2001, pp. 161–174. (In Russian).
3. Malinowski B. *Argonauts of the Western Pacific*. London, G. Routledge & sons, 1922 (Russ. ed.: Malinovskii B. *Izbrannoe: Argonavy zapadnoi chasti Tikhogo okeana*. Translated from English by V.N. Porus. Moscow, St. Petersburg, Center for Humanitarian Initiatives Publ., 2015. 552 p.).
4. Mauss M. *Obshchestva. Obmen. Lichnost'* [Society. Exchange. Personality]. Moscow, Vostochnaya literature Publ., 1996. 357 p. (In Russian).
5. Polanyi K. *Velikaya transformatsiya* [The Great Transformation]. Moscow, HSE Publ., 2006. 321 p. (In Russian).
6. Simon H. Rationality as process and as product of thought. Thesis, 1993, vol. 1, iss. 3, pp. 16–39. (In Russian)
7. Sahlins M. *Stone age economics*. Chicago, Aldine-Atherton, 1972 (Russ. ed.: Salinz M. *Ekonomika kamennogo veka*. Moscow, OGI Publ., 1999. 294 p.).
8. Evans-Pritchard E.E. *The Nuer: a description of the modes of livelihood and political institutions of a Nilotic people*. Oxford, Clarendon Press, 1940. 271 p.
9. Kluckhohn K. The philosophy of the Navaho Indian. *Ideological Differences and World Order*. Ed. by F.S.D. Northrop. New Haven, Yale University Press, 1949, pp. 356–384.
10. Graeber D. *Toward an anthropological theory of value: the false coin of our own dreams*. New York, Palgrave, 2001. 337 p.
11. Strathern M. Conclusions. *Dealing with inequality: analysing gender relations in Melanesia and beyond*. Ed. by M. Strathern. Cambridge, Cambridge University Press, 1987, pp. 278–302.