

ROZDZIAŁ I

Moralne granice mechanizmów dystrybucji państwa dobrobytu

Przyjęte w tej pracy ujęcie mechanizmów dystrybucji nawiązuje do tradycji badania państwa opiekuńczego jako projektu moralnego (m.in. Titmuss, 1971; Goodin, 1988; Himmelfarb, 1991; Mau, 2003; Romano, 2017; Spicker, 2017)¹. Wśród badaczy odwołujących się do tej tradycji przedmiotem zainteresowania jest proces kreacji określonego porządku wartości, norm i reguł, który stanowi fundament dystrybucji dóbr między członków społeczeństwa i oceny wygenerowanych w ten sposób nierówności społecznych. Paul Spicker (2017), odwołujący się w swojej „ogólnej teorii państwa dobrobytu” wprost do kategorii moralności, zakłada, że wszelkie działania państwa: pomocowe, ochronne czy zabezpieczające obywateli przed ryzykami rozszerzają zasady kooperacji i wzajemności w społeczeństwie. Spicker uważa, że społeczeństwo jest „wspólnotą moralną”, w której jednostki kooperują ze sobą według określonych reguł moralnych wyznaczających ich prawa i obowiązki. Reguły te to uogólnione oczekiwania odnośnie do postępowania innych, jakie sami wysuwamy i jakie są wysuwane w stosunku do nas. To właśnie one stanowią istotę relacji społecznych, to wokół nich tworzą się społeczne mechanizmy kontrole, m.in. wyrażane w prawie, i to one legitymizują interwencje państwa w życie obywateli. Władza nie wymyśla więc nowych reguł redystrybucji, a jedynie decyduje, według których z nich powinna realizować działania, a które z nich należy odrzucić lub nawet potępić. W taki sposób wyłania się struktura prawa i instytucji służących ostatecznie ich realizacji. Działania z zakresu zabezpieczenia społecznego i zaspokajania potrzeb obywateli podlegają instytucjonalizacji, a państwo jako forma władzy staje się tym samym ich koordynatorem i jednocześnie strażnikiem porządku, według którego są realizowane.

¹ Określenie „państwo opiekuńcze jako projekt moralny” jest propozycją autora.

Uznając dystrybucję zasobów za kluczową funkcję państwa dobrobytu, trzeba zatem zastanowić się, jakie reguły moralne są fundamentem redystrybucji, jaki jej kierunek jest uznawany za „właściwy” i co przynosi pożądaný, a co niepożądany jej efekt. Ponieważ reguły te wyznaczają także obowiązki i prawa, należałoby również zastanowić się nad rolą poszczególnych aktorów uczestniczących w redystrybucji, nad tym, jakie oczekiwania są wobec nich wysuwane oraz co według nich oznacza „właściwa” redystrybucja. Tak sformułowane pytania często są stawiane przez badaczy posługujących się koncepcją „moralnej gospodarki”².

Koncepcja moralnej gospodarki została wprowadzona przez Edwarda P. Thompsona (1971) w artykule dotyczącym buntów chłopskich w XVIII wieku. Autor wyjaśniał, że sprzeciw niższych warstw społecznych nie był rezultatem ich zubożenia, ale zmiany fundamentów, na których opierał się nowy, postfeudalny system, prowadzący w ich oczach do degradacji stosunków społecznych i norm, jakie znali. Kontynuatorem tej myśli był m.in. James Scott (1976), który analizował wpływ procesów kolonizacji w Birmie i Wietnamie na lokalne społeczności. Scott podobnie jak Thompson dostrzegł, że za lokalnym oporem chłopów stało oburzenie na system gospodarczy, z ich punktu widzenia niesprawiedliwy i łamiący wyznawane przez nich zasady równości społecznej. Obydwaj badacze w swoich pracach kontynuowali myśl Karla Polanyiego. Twierdził on z kolei, że ład gospodarczy opiera się na określonych normach moralnych, z których „czerpie” w celu rozwoju. System gospodarki kapitalistycznej nie wytworzył się więc ze społecznej „próżni”, tylko korzystał z istniejących już reguł rządzących społecznościami.

Mimo iż żaden ze wspomnianych autorów nie ustanowił obowiązującej definicji moralnej gospodarki, koncepcja ta znalazła zastosowanie w analizie wielu różnych zjawisk. Na przykład pojęcia moralnej ekonomii używa się, opisując alternatywne do systemu gospodarki rynkowej „sieci wymiany”, określane jako „uspołecznione”, w których często waluta pieniężna nie obowiązuje lub nie odgrywa głównej roli (Olivier de Sardan, 1999; Tripp, 2006; Orlando, 2010; Goszczyński et al., 2018). Zdecydowanie jednak bliższe myśli Thompsona i Scotta okazuje się podejście, które analizuje wymianę między aktorami w systemie gospodarki rynkowej, gdzie

² W języku angielskim funkcjonuje określenie *moral economy*, które niekiedy tłumaczy się na język polski jako „moralna ekonomia”. Właściwym przekładem jest jednak „moralna gospodarka”, aczkolwiek pojawiają się również inne propozycje: „moralność ekonomiczna”, „moralność gospodarcza” czy nawet „kultura moralnej gospodarki”, stosowane często do opisu bardzo różnych zjawisk, nierzadko mijających się ze znaczeniem pierwotnym.

rynek nie jest przestrzenią niezależną od wartości, norm i moralnych zasad wyznawanych przez jego uczestników. Przeciwnie, konsumpcja tych wartości, norm i moralnych zasad stanowi warunek jego funkcjonowania w takiej postaci. Sfery moralności i rynku nie są możliwe do rozdzielenia: gospodarka charakteryzuje się tym, że uwikłane są w nią wartości, toteż kapitał nie może się akumulować, jeżeli z tych wartości nie czerpie. Transakcje rynkowe, jak każde inne, to transakcje „społeczne”, do których dochodzi dzięki temu, że aktorzy wierzą w określone wartości i przestrzegają danego kodu moralnego. Jaime Palomera i Theodora Vetta (2016) używają np. pojęcia moralnej gospodarki w odniesieniu do szerokiego spektrum relacji i działań aktorów, które razem tworzą pole zachowań ekonomicznych będących także polem reprodukcji wartości, norm, reguł moralnych i stosunków klasowych. Rynek to miejsce, gdzie relacje klasowe są nieustannie negocjowane, a osiągnięty porządek nie jest wcale efektem prób osiągnięcia *equilibrium* przez abstrakcyjne siły popytu i podaży, a raczej konsekwencją kompromisów i starć między aktorami, pośród których można identyfikować wygranych i przegranych. Perspektywa moralnej gospodarki włącza aspekt kultury w analizę stosunków klasowych, pokazując, że kształtują się one nie tylko z powodu władzy i bogactwa, ale też dla godności (Orlov, 1997; Sayer, 2000; Jessop, 2022). Obiektem tych „przepychanek” jest właśnie kwestia obowiązków i praw, które są wyznaczone wartościami i moralnymi regułami, a nie „czystym” interesem ekonomicznym, gdyż taki zwyczajnie nie istnieje.

Perspektywa moralnej gospodarki zakłada zatem, że pytania o „zachowania ekonomiczne” w kontekście procesu dystrybucji nie mogą być rozłączne od pytań o to, jakimi wartościami i normami kierują się podczas podejmowania swoich decyzji aktorzy. O ile bowiem zjawiska ekonomiczne, tj. popyt i podaż, mogą być do pewnego stopnia „autonomiczne”, o tyle tworzące je zachowania zawsze są powiązane z systemem znaczeń i instytucji oraz ze strukturą relacji społecznych (Zelizer, 2017). W tym ujęciu państwo dobrobytu można określić jako zbiór instytucji, które strukturyzują stosunki między obywatelami właśnie dzięki transakcjom zachodzącym w trakcie redystrybucji. Steffen Mau (2003), pisząc o moralnej gospodarce państwa dobrobytu, odwołuje się do społecznej legitymizacji danego schematu redystrybucji zasobów, w efekcie którego „nieuprzywilejowani” członkowie społeczności są rozpoznawani i oznaczani. Mau nawiązuje do normy wzajemności instytucjonalizowanej i organizowanej w system powszechnej redystrybucji przez państwo dobrobytu. Instytucje tego ostatniego standaryzują i koordynują relacje oparte na wzajemności i określają zakres tego, co ma być „darowane” i „odwzajemnione”. System dystrybucji jest wyrazem społecznego kompromisu zasad i norm dotyczących tego, kim

są osoby identyfikowane jako „dewianci” czy „wykluczeni” i jaki stosunek powinniśmy mieć wobec nich. Dystrybucja zasobów społecznych uwzględnia wygranych i przegranych oraz kreuje relacje między stronami. Podobnego zdania są Joel Handler i Yeheskel Hasenfeld (1991), twierdząc, że polityka społeczna jest częścią moralnego systemu, który najpierw definiuje „dewiantów”, następnie ich stygmatyzuje i wyklucza. Wykluczenie pełni funkcje „zbiorowego ostrzeżenia”, legitymizuje układ moralny, powszechnie uznane wartości i sposoby zachowania mające spajać społeczeństwa. Przykładem tego może być ubóstwo, które pełni rozmaite funkcje w społeczeństwie i niekiedy jest identyfikowane jako konieczne (Gans, 1994). Co więcej, Hasenfeld (2010a, 2010b) w swoich późniejszych pracach idzie dalej – postrzega każdą organizację w procesie tworzenia polityki publicznej jako instytucję, która kwestionuje, negocjuje, interpretuje i ostatecznie ustanawia własne reguły moralne, wyznaczające dostęp do usług i sposób ich świadczenia. Oznacza to tyle, że mechanizmy dystrybucji zasobów nie tylko mają za fundament określone zasady moralne, ale też same je tworzą i ustanawiają w toku tej redystrybucji.

Przyjmując więc, że mechanizmy dystrybucji państwa dobrobytu stanowią konfigurację instytucji i reguł moralnych, do których odnoszą się aktorzy w działaniu, należałoby konsekwentnie traktować każdy element tego mechanizmu jako podlegający tym właśnie regułom. W takim zakresie przeoczeniem tych, którzy przeliczają „wartość” świadczeń socjalnych na różne potrzeby życiowe obywateli, jest to, że podchodzą do nich podobnie jak do pieniądza „rynkowego”, czyli służącego do nabywania i konsumpcji dóbr. Świadczenia socjalne trzeba jednak traktować jako część mechanizmu dystrybucji, specjalną „walutę państwa”, podległą innym zasadom obiegu niż te pieniądze w gospodarce rynkowej.

Pieniądze rynkowe i „nierynkowe” – utylitarystyczna i socjologiczna koncepcja pieniądza

Pieniądz „rynkowy” w naukach społecznych, przede wszystkim w klasycznej ekonomii, jest definiowany jako środek nieodzowny do nabycia dóbr w celu zaspokojenia potrzeb – służy wymianie jednych dóbr na inne, dzięki niemu można spłacać „zobowiązania” i nabywać różnorodne dobra konsumpcyjne (Mansfield, 2002, s. 213; Begg et al., 2003, s. 94). Uczestnicy transakcji nie muszą mieć sprecyzowanych potrzeb odnośnie do tego, co za pozyskane pieniądze kupią. W tym przejawiają się funkcja obrachunkowa, która pozwala na ustalenie wartości transferowanych dóbr, oraz funkcja tezauryzacyjna, umożliwiającą wymianę odłożoną w czasie i przestrzeni

(Mishkin, 2002). Funkcje te otwierają potencjalnie na dokonywanie transakcji bezosobowych, odległych w czasie i przestrzeni, bez potrzeby każdorazowego ustalania wartości towaru między stronami.

Ważną cechą pieniądza rynkowego jest to, że jako środek wymiany (nominał) nie ma on wartości użytkowej. Zatem potrzeba go wyłącznie do nabywania innych dóbr i sam w sobie nie może być wykorzystany do zaspokojenia ludzkich potrzeb. W przeciwieństwie do towarów, które za pieniądze można kupić, nominał nie ma swojej „historii” w tym sensie, że dla podmiotu nim dysponującego to bez znaczenia, kto go wcześniej używał i w jaki sposób, jak go tworzył i jaka „moralność” za tym stoi (Kopytoff, 1986)³. To właśnie oznacza „bezosobowy” charakter pieniądza – jest przedmiotem, który nie ma w sobie zakodowanych wartości i norm, nie wywołuje emocji i nie budzi uczuć, dlatego też pozostaje bez większego znaczenia dla samych podmiotów, widzących jego wartość tylko w kontekście tego, co mogą za niego kupić. W tym ujęciu pieniądz jest więc wyrażany wyłącznie „ilościowo” na skali, na której sam okazuje się jednostką i nie można mu przypisać „jakościowych” właściwości. Bezosobowy pieniądz, homogeniczny, uniwersalny, powszechnie akceptowany przez społeczeństwo i chroniony przez państwo, standaryzuje i stabilizuje proces wymiany, dzięki czemu umożliwia funkcjonowanie gospodarek – największych na świecie systemów dystrybucji dóbr.

Georg Simmel (1900/2012) opisywał negatywne skutki rynkowego pieniądza. Twierdził, że „bezosobowy” pieniądz powoduje racjonalizację i indywidualizację życia społecznego, prowadząc do erozji tego, co „społeczne”. Istotnie wpływa również na zmianę wzorów zaufania w społeczeństwie – poszerza krąg osób, z którymi można się wymieniać, ale jednocześnie skutkuje osłabieniem bezpośrednich stosunków. To z kolei prowadzi do wzrostu anonimowości w relacjach międzyludzkich i erozji tradycyjnych form kooperacji na rzecz nowszych, opartych na instrumentalności. Karol Marks uważał zaś, że produkowanie w celu zwiększenia wartości wymiennej i „oderwanie” od wartości użytkowej dokonuje się właśnie dzięki abstrakcyjnym pieniądzom, które odzierają wszelkie towary z właściwości, pozostawiając przy tym jedynie ich cenę. Co więcej, proces ten miał konsekwencje dla relacji międzyludzkich, sprowadzając pracę do towaru podlegającego wymianie, rozumianego jako utowarowienie i ustanowienie tym samym „ceny rynkowej” człowieka. Myślę tę kontynuowali m.in. György Lukács (1967/2000), który zaproponował pojęcie reifikacji oznaczające redukcję stosunków między ludźmi do stosunków między

³ Wyjątek stanowi sytuacja, kiedy nominał jest traktowany jako przedmiot kolekcjonerski. Numizmatycy z nominałów robią „towaar”.

przedmiotami, a także Jürgen Habermas (1987) piszący o „kolonizacji” życia społecznego przez zasady gospodarki. Współcześnie popularne są argumenty odnoszące się do komodyfikacji życia społecznego, skutkujące wytwarzaniem niskiej jakości relacji międzyludzkich i zmierzające do kwantyfikacji życia ludzkiego (m.in. Bauman, 2009; Sandel, 2012).

Krytyka wymienionych autorów dotyczy jednak utylitarystycznej koncepcji współczesnego pieniądza, wyłączonego z porządku kulturowego, gdzie rządzą zasady amoralne oparte na instrumentalnych wartościach (Bloch, Parry, 1989, s. 9). W tej wizji pieniądza, nośnik „amoralnej siły”, jaką niesie w pakiecie kapitalizm, jest zagrożeniem dla ładu społecznego, gdyż wypiera z niego to, co „społeczne”. Przedstawiciele tzw. nowej socjologii ekonomicznej kontestują przy tym uniwersalny, homogeniczny, bezosobowy charakter pieniądza i nie zgadzają się z tą narracją (Dodd, 2016; Bandelji et al., 2017; Zelizer, 2017; Olcoń-Kubicka, 2019). Przyjmują założenie, że rynek jest częścią społeczeństwa, poddaje się prawom i wartościom w nim wyznawanym, więc nie należy traktować go jako czegoś odrębnego, aspołecznego czy pozbawionego moralności. Jedną z czołowych reprezentantek tego nurtu, Viviana Zelizer (2017), wskazuje, że pieniędzy nie można sprowadzić do przedmiotu, który zawsze i wszędzie ma takie same właściwości wyrażane jedynie w ilościowej formie. Autorka w swoim dziele *The Social Meaning of Money* podaje argumenty, że mimo powszechnego przekonania, iż „pieniądz to po prostu pieniądz”, ludzie wkładają wiele wysiłku w proces różnicowania pieniędzy i dzielenia ich według kategorii przyjętych za właściwe lub przez nich wymyślonych (Zelizer, 2017, s. 1). W wersji utylitarystycznej pieniądza ma zawsze takie same właściwości niezależnie od kontekstu, w jakim się go stosuje. Jednak używanie pieniądza w codziennym życiu pokazuje, że w różnych sytuacjach przyjmuje on różne formy, jest inaczej nazywany, traktowany i wyceniany. Badaczka dokonuje rozdziału pieniądza od rynku i twierdzi, że funkcjonuje on również poza rynkiem, a na jego właściwości wpływają kultura i społeczne normy. Tym sposobem Zelizer (2017, s. 18–19) dochodzi do konkluzji, że należałoby raczej mówić o funkcjach różnych „pieniędzy” (*monies*) niż o różnych funkcjach jednego „pieniądza”.

Istnienie *monies* używanych na rynku na liczne sposoby i w rozmaitych celach przeczy wizji homogenicznego pieniądza, który służy wyłącznie nabywaniu towaru. Dominujące poglądy utylitarystów dotyczące transakcji kazały na pieniądzu patrzeć jako na coś, co powoduje erozję relacji konstruowanych wokół innych wartości niż jednostkowy interes. Socjologowie ekonomiczni odrzucają pogląd o homogenicznym charakterze pieniądza i jego utowarowiającej funkcji (Zelizer, 2017, s. 8 i nast.). Pieniądz nie musi więc sprowadzać się do roli medium, które powoduje erozję relacji

międzyludzkich, zastępując je instrumentalnym myśleniem (Dodd, 2016, s. 289). Przeciwnie, często jest wykorzystywany do budowania, podtrzymywania czy zmiany relacji.

Transakcje ekonomiczne a relacje

Przeprowadzając transakcję, dokonujemy w gruncie rzeczy właśnie aktu budowania, podtrzymania lub zmiany relacji. Transakcja przy użyciu pieniędzy, w szczególności w sferze intymnej, jest częścią strategii komunikacji (m.in. prezent, zapłata, alimenty), w której dokonuje się podziału i potwierdzenia ról osób uczestniczących (żona, dziecko, chłopak, kuzyn). Innymi słowy, gra toczy się o ustanowienie stosunku, w jakim znajdują się obie strony, gdzie pieniądź często odgrywa rolę symboliczną, komunikującą oczekiwania wobec drugiej strony odnośnie do relacji, w jakiej się znajdujemy lub chcielibyśmy znaleźć (Zelizer, 2005, s. 28). Transakcje ekonomiczne są więc odmianą interakcji i praktyk społecznych, które dotyczą transferu dóbr i usług między stronami (Zelizer, 2012, s. 8 i nast.). Przybierają różne formy i nie sprowadzają się wyłącznie do czynności zakupu lub sprzedaży – oznaczają każdy rodzaj przepływu dobra czy usługi, np. dar, świadczenie, alimenty, łapówkę, kieszonkowe, i odbywają się zawsze z pomocą medium, w ramach specyficznych więzi społecznych łączących strony, a ich znaczenie jest przez nie negocjowane. Zelizer rozumie medium jako symbol posiadania prawa do danego dobra lub usługi, a mogą być nim pieniądze w rozmaitych formach (papierowa, elektroniczna) czy w postaci tokenów (kredyty, żetony, kupony). Proces transakcji przebiega w ten sposób, że strony dobierają właściwą formę (np. dar, zapłata, barter), a następnie określają odpowiednie medium (pieniądz, rzecz, obligacje), orientując się przy tym na relację, jaka łączy jej uczestników (małżeństwo, stosunek pracodawca–pracownik). Zmiana relacji jest niekiedy celem transakcji, w związku z czym w ramach wymiany jednostki dokonują próby zmiany znaczeń przez manipulowanie medium bądź formą transakcji, np. podarunek jako wyraz chęci zbliżenia relacji lub odmowa przyjacielskiej pożyczki jako próba ochłodzenia stosunków. Zarówno medium, jak i forma transakcji są dopasowywane do okoliczności, w jakich znajdują się strony, a także do ich celów, tj. zmiany lub podtrzymania relacji. Partnerzy nawiązujący transakcję ekonomiczną celowo organizują ją z każdymi szczegółami, aby ich oczekiwania zostały „właściwie” zinterpretowane. Dlatego też często dochodzi do niezrozumienia intencji strony i wymagane jest „negocjowanie znaczenia” (Zelizer, 2012, s. 9), czyli ustalenie wzajemnych oczekiwań. Normy i wartości, którymi kierują się strony podczas transakcji, określają

jej formę, medium, więzi oraz przebieg procesu negocjowania znaczenia. Te elementy są ze sobą ściśle powiązane i tworzą tzw. pakiety relacyjne (*relational packages*). To właśnie owe pakiety wyznaczają aktorom sposób postępowania, komunikują, co w danej sytuacji uważa się za słuszne, i stanowią punkt odniesienia decyzji o podjęciu działania. **Transakcja ekonomiczna jest więc narzędziem konstruowania, podtrzymywania lub zmiany relacji, a jej efekty nie mogą być uznane za uniwersalne, gdyż są zależne od kontekstu kulturowego i obowiązujących norm społecznych.** Zelizer (2005) pokazuje to na przykładzie relacji intymnych wytwarzanych między małżonkami, gdzie transakcje ekonomiczne często pogłębiają więzi, a nie powodują ich erozję czy odarcie z emocjonalnego charakteru. Nie oznacza to jednak, że nie następuje utowarowienie relacji. Autorka pyta, w jakich warunkach i w jakim stopniu do tego dochodzi, uważa również, że zwyczajne pojawianie się pieniądza i transakcji ekonomicznej jest przesłanką niewystarczającą do przyjęcia założenia o komodyfikacji relacji, jak twierdzili m.in. Simmel czy Marks.

Takie rozumienie transakcji prowokuje do pytania o znaczenie różnych rodzajów transakcji dla kształtowania się układu relacji między ludźmi. Co więcej, transakcje, z uwagi na możliwość ich negocjacji przez aktorów, mogą ulec zmianie w czasie, razem ze zmianą relacji między stronami, norm oraz wzorów, z których czerpią. Prowadzi to do pytania o funkcję pieniądza w transakcji: skoro jest on pewnym medium używanym w relacyjnej „grze” między osobami, to kto, jak i kiedy decyduje, jakim „medium” ten pieniądz będzie i w jakich relacjach można go zastosować?

Kreowanie etykiet i oznaczanie pieniądza

Zelizer (2017, s. 1) zaobserwowała, że w codziennym używaniu pieniędzy dokonujemy ich rozróżniania – klasyfikujemy, organizujemy, tworzymy pule, segregujemy itd. Proces ten jest nazywany oznaczaniem pieniądza (*earmarking*) i ma kluczowy wpływ na to, co chcemy zakomunikować za pomocą transakcji. Oznaczanie pieniędzy pozwala na rozróżnienie sposobów ich wydawania lub dzielenia się nimi i ma na celu powiązanie medium z pozostałymi elementami pakietu relacyjnego. Różnie będziemy wydawać pieniądze z rozmaitych źródeł, kalkulować je czy dzielić się nimi z innymi. Na przykład zarobione pieniądze prędzej będą klasyfikowane jako główne źródło domowego budżetu niż niewielka wygrana na loterii. Oznaczone „etykietami” pieniądze informują nas, jaka forma transakcji jest w danym przypadku właściwa, czego oczekuje druga strona, czego można się spodziewać i jaki „rytuał” komunikacji między stronami przyjąć.

Frederick Wherry (2016, s. 59), odnosząc się do ustaleń Zelizer, twierdzi, że oznaczanie pieniędzy wiąże się z poczuciem „właściwego wyboru” i nadawania sensu decyzjom. Wherry pisze w tym kontekście o rachunkowości relacyjnej (*relational accounting*), której dokonujemy za każdym razem, kiedy w grę wchodzi wybór często uwikłany w moralny dylemat. Kalkulacja dotycząca finansowej decyzji następuje w granicach przyjętych norm i zasad moralnych. Etykieta pieniądza komunikuje o regułach moralnych, do których jednostka ma się zastosować. Na przykład zarobione pieniądze są związane z etosem pracy i decyzja o ich przeznaczaniu będzie odwoływała się do innych kryteriów niż w przypadku pieniędzy pożyczonych czy darowanych. Etykiety wyznaczają zatem właściwe sposoby posługiwania się pieniędzmi – wskazują, jak należy je organizować, przeliczać, wydawać, odkładać itd. – ale nie są wytworem jednostki, a faktem społecznym, do którego podmiot musi się ustosunkować (Zelizer, 2017, s. 25). Dowodem tego, że oznaczanie pieniędzy ściśle łączy się z moralnym porządkiem, jest istnienie takich etykiet jak np. „brudne” pieniądze. Ich istnienie to skutek klasyfikacji z uwagi na źródło pochodzenia: pieniądze uzyskane z czynu niemoralnego, np. kradzieży, prostytutki, są uznawane na „niegodne”, co prowadzi do chęci szybszego pozbycia się ich (Di Muro, Noseworthy, 2013), „oczyszczenia” przez wydanie na „umoralniający” cel, jak donacja (Tetlock et al., 2000), albo „odseparowania” ich od innych źródeł z uwagi na „korupcyjogenne właściwości” (Zelizer, 1989). Dopiero w granicach moralnego porządku, w których funkcjonuje i podejmuje decyzje jednostka, kategorie stosowane do oznaczania pieniędzy stają się zrozumiałe.

Etykiety pieniędzy są tworzone na różne sposoby i mogą być mniej lub bardziej „uspołecznione” oraz funkcjonalne na poszczególnych poziomach organizacji życia. Zelizer w swoich pracach zajmuje się trzema formami etykietowania: różnicowaniem pieniędzy według źródła lub celu przeznaczenia, transformowaniem danych przedmiotów w pieniądze oraz tworzeniem specyficznych „walut” (*currencies*). W pierwszym przypadku mamy do czynienia z nadawaniem etykiet, które odwołują się do źródła pochodzenia i celu przeznaczenia pieniądza, często wiązanych ze sobą w procesie transakcji. W źródle pochodzenia pieniądza zakodowane są znaczenia, które jednostki wykorzystują do komunikacji własnych oczekiwań, np. „ premia” komunikuje uznanie przez pracodawcę i próbę motywacji do dalszego działania na rzecz firmy. Podobnie przez wskazanie celu przeznaczenia pieniądza komunikowana jest pewna relacja, np. alimenty to pieniądze „na dzieci” i wyraz przyjęcia odpowiedzialności rodzica za dobrobyt potomka. Kolejny sposób oznaczania polega na transformowaniu różnych przedmiotów w środki płatnicze. Zelizer (2017, s. 14) podaje tutaj przykład papierosów lub alkoholu, popularnych jako „pieniądze więzienne”. Ostatni mechanizm – tworzenie

specyficznych „walut” – zasada się na ustanawianiu środka płatniczego o specjalnym, nierzadko bardzo precyzyjnym celu, kierowanego do określonej grupy odbiorców. Autorka jako egzemplifikacje wymienia talony na żywność, benefity w postaci bonów do sklepu, vouchery, mile lotnicze itp. (Zelizer, 2017, s. 8). Tworzenie walut jest praktyką ukierunkowaną przede wszystkim na ograniczenie sposobów interpretacji i dysponowania pieniędzem w transakcji. Na przykład bony żywnościowe dla osób ubogich mają na celu wpływ na sposoby konsumpcji i nabywania dóbr, oficjalnie uznawany za wyraz „troski” o obywatela, a często interpretowany jako działanie paternalistyczne (Zelizer, 2017, s. 26).

Niezależnie od sposobu oznaczania czy formy etykiet ich zasadniczym celem jest wpłynięcie na relacje z drugą stroną. Aby osiągnąć efekt, odbiorca transakcji musi je jeszcze zinterpretować „właściwie”, czyli zgodnie z oczekiwaniami dawcy. Odbiorcy transakcji nie zawsze jednak odczytują te oczekiwania poprawnie. Zelizer podaje przykład pogrzebów wśród migrantów polskiego pochodzenia w USA na początku XX wieku, którzy woleli się zadłużyć na wyprawienie odpowiedniego pochówku, niż skorzystać z „pogrzebowego” zasiłku z instytucji charytatywnych. Te były bowiem kojarzone z „jałmużną” symbolizującą dla obiorcy świadczenia hańbę (Zelizer, 2017, s. 28). Odrzucenie transakcji z powodu etykiety to tylko jedna ze strategii, inną jest sytuacja „rozkodowania” etykiety pieniądza i oznaczenia go po swojemu. Przykładem tego może być pobranie zasiłku pogrzebowego i przeznaczenie tych środków na pokrycie kosztów edukacji. Z tego względu sposób interpretacji etykiety jest istotny dla stron transakcji, gdyż ten, kto sprawuje władzę nad procesem oznaczania, może też kontrolować transakcję.

Kontrola etykiety pieniądza wiąże się z większą możliwością egzekwowania od drugiej strony transakcji działań, które są zgodne z naszymi oczekiwaniami. Dzieje się to nie tylko na poziomie transakcji między jednostkami, ale także na poziomie instytucji. Na przykład standaryzacja dolara w XIX wieku w USA⁴ była podyktowana tym, że administracja państwowa potrzebowała wspólnej waluty do sprawnego organizowania społeczeństwa, mobilizacji zasobów wojskowych oraz tworzenia struktur i instytucji pozwalających sprawować władzę (Desan, 2017, s. 113). Funkcjonowanie wspólnoty na poziomie państwowym jest możliwe dzięki różnym kontrybucjom, wyrażanym m.in. w podatkach, które uprawniają członków do wysuwania oczekiwań w stosunku do dzierżących

⁴ Jeszcze na początku XIX wieku na terenie dzisiejszych Stanów Zjednoczonych handel odbywał się za pomocą wielu walut, tj. złotych lub srebrnych monet, walut zagranicznych czy stanowych dolarów.