

Viviana A. Zelizer



Pin Money, Paychecks, Poor Relief, & Other Currencies

WITH A FOREWORD BY NIGEL DODD AND A NEW AFTERWORD BY THE AUTHOR

معنای اجتماعی پول

نوشته ویویانا زلیزر

ترجمه‌ای با کمک هوش مصنوعی (ترجمه ویراسته نیست و صرفاً جملات برای قابل فهم بودن بازبینی شده است)

سمیه توحیدلو (هیات علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی)



<https://t.me/smtahidloo>

ترجمه‌ای از :

Zelizer, V. A. (2021). *The social meaning of money: Pin money, paychecks, poor relief, and other currencies*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691237008>

فهرست کتاب

- فصل اول: نشانه‌گذاری پول ۵
- فصل دوم: تولید خانگی پول‌ها ۴۰
- فصل سوم: پول‌های هدیه ۷۵
- فصل چهارم: پول فقرا ۱۲۵
- فصل پنجم: رشته‌های متصل: نشانه‌گذاری پول خیریه ۱۴۹
- فصل ششم: پول مورد مناقشه ۱۷۶
- فصل هفتم: معنای پول چیست؟ ۲۰۵

پیشگفتار چاپ ۲۰۱۷

فصل اول: نشانه‌گذاری پول

پول چند برابر می‌شود. با وجود این ایده رایج که «یک دلار، یک دلار است و بس»، در همه جا می‌بینیم که مردم دائماً انواع مختلفی از پول را خلق می‌کنند. این کتاب توضیح می‌دهد که چگونه مردم به روش‌های بسیار متنوعی پول را شناسایی، طبقه‌بندی، سازمان‌دهی، استفاده، تفکیک، تولید، طراحی، ذخیره و حتی تزئین می‌کنند تا با روابط اجتماعی متعدد خود کنار بیایند. ایدئولوژی قدرتمند زمان ما این است که پول یک ابزار واحد، قابل‌تعویض و کاملاً غیرشخصی است - تجسم واقعی تمدن مدرن عقلانی ما. به قول گئورگ زیمل در آغاز قرن بیستم، «بی‌رنگی» پول، جهان مدرن را به «تنی یکنواخت و خاکستری» رنگ‌آمیزی کرده است. همه تفاوت‌های معنادار با منطق کمی جدید که تنها می‌پرسد «چقدر» و نه «چه و چگونه»، از بین رفته‌اند. یا همان‌طور که گرتروود استاین چند دهه بعد به‌طور خلاصه‌تر بیان کرد: «چه آن را دوست داشته باشید و چه نه، پول، پول است و این تمام آن چیزی است که درباره‌اش وجود دارد».

طبق این دیدگاه، پول همچنین ویران می‌کند، و به‌طور ضروری پیوندهای شخصی را با روابط ابزاری و محاسباتی جایگزین می‌کند و معانی فرهنگی را با نگرانی‌های مادی فاسد می‌سازد. در واقع، از کارل مارکس تا یورگن هابرماس، از گئورگ زیمل تا رابرت بلا، ناظران تجاری‌سازی در کشورهای غربی تصور کرده‌اند که شاهد پیامدهای ویرانگر گسترش مقاومت‌ناپذیر پول بوده‌اند: یکنواخت‌سازی و هم‌سطح‌سازی اجتناب‌ناپذیر روابط اجتماعی. محافظه‌کاران از فساد اخلاقی ناشی از رفاه ابراز تأسف کرده‌اند، در حالی که رادیکال‌ها غیرانسانی‌سازی سرمایه‌داری را محکوم کرده‌اند، اما هر دو گروه، گسترش پیوند نقدی را منشأ شر می‌دانند.

این کتاب به تغییرات در استفاده‌های عمومی و خصوصی از پول در ایالات متحده بین سال‌های 1870 تا 1930 می‌پردازد. با معیار گستره کالاها و خدماتی که با پول نقد در دسترس هستند، تجاری‌سازی زندگی آمریکایی در قرن بیستم بدون شک پیشرفت کرده

است. اما سؤال این است که آیا گسترش مبادلات پولی همان‌طور که تصور می‌شود عمل می‌کند؟ آیا این گسترش، پیامدهایی را که معمولاً به آن نسبت داده می‌شود، به دنبال دارد؟ با افزایش معاملات پولی، آیا زندگی اجتماعی سرد، دور و محاسباتی می‌شود؟ پاسخ استاندارد به این سؤال، یک «بله» قاطع بوده است. این کتاب چنین فرضیات ریشه‌داری را به چالش می‌کشد. این کتاب نشان می‌دهد که چگونه در هر مرحله از پیشرفت پول، مردم معاملات تجاری خود را بازسازی کرده‌اند، تمایزات جدیدی ایجاد کرده‌اند، اشکال ویژه‌ای از ارز را اختراع کرده‌اند، پول را به روش‌هایی نشانه‌گذاری کرده‌اند که نظریه‌پردازان بازار را متحیر می‌کند، و پول را در شبکه‌های شخصی‌شده دوستی، روابط خانوادگی، تعاملات با مقامات، و گشت‌وگذار در مغازه‌ها و کسب‌وکارها وارد کرده‌اند.

برای مثال، در نظر بگیرید که چگونه ما برنده شدن در لاتاری را از یک حقوق معمولی یا از یک ارث متمایز می‌کنیم. هزار دلاری که در بازار سهام برنده شده است، به همان شکلی که هزار دلار دزدیده‌شده از بانک یا هزار دلار قرض‌گرفته‌شده از یک دوست جمع می‌شود، محاسبه نمی‌شود. اولین حقوق یک کارگر، دقیقاً معادل حقوق‌های بعدی او نیست.

پنجاهمین یا حتی دومین حقوق یک کارگر با حقوق اول او برابر نیست. پولی که به عنوان غرامت برای یک تصادف دریافت می‌کنیم، کاملاً متفاوت از حق‌التألیف کتاب ماست. و حق‌التألیف به‌دست‌آمده از خاطرات یک قاتل، در دسته‌بندی اخلاقی متفاوتی از حق‌التألیف یک متن علمی قرار می‌گیرد.

برخلاف «دلار صادقانه»، «پول کثیف» به دلیل منشأ اخلاقاً مشکوکش آلوده است. از این رو، استعاره رایج «پول شویی» به کار می‌رود. یک نمونه قابل‌توجه از پول کثیف از رفتار زنان روسپی در بازار روسپی‌گری اسلو در دهه ۱۹۸۰ به دست می‌آید. مطالعه‌ای در این زمینه نشان داد که بسیاری از این زنان یک «اقتصاد دوپاره» دارند: پول رفاهی، مزایای بهداشتی یا سایر درآمدهای قانونی با دقت بودجه‌بندی می‌شد و برای «زندگی معمولی» خرج می‌شد، مثلاً برای پرداخت اجاره و قبوض. اما پول حاصل از روسپی‌گری به سرعت برای «خارج رفتن»، مصرف مواد مخدر، الکل و لباس هدر می‌رفت. این مطالعه به طور پارادوکسیکال

اشاره می‌کند که زنان «برای پول قانونی زحمت می‌کشند، جمع می‌کنند و بودجه‌بندی می‌کنند، هرچند که هیچ‌گاه کافی نیست، در حالی که همزمان هزاران کرون می‌تواند برای «خارج رفتن» خرج شود». به نظر می‌رسد پول کثیف «جیب را می‌سوزاند و باید سریع خرج شود».

مارتی، یک عضو جدید باند در فیلادلفیا در دهه ۱۹۵۰، نسخه متفاوتی از نشانه‌گذاری اخلاقی ارائه می‌دهد. وقتی مددکار اجتماعی خدمات خانوادگی از او پرسید چرا ۲۵ سنتی که مادرش به او داده را به کلیسا اهدا می‌کند، اما پولی که از دزدی‌های باند به دست آورده را نه، مارتی پاسخ داد: «اوه نه، آن پول بد است؛ آن پول صادقانه نیست». در حالی که پول‌های دزدیده شده آلوده بودند، پول سخت به دست آمده مادرش «صادقانه» بود و «می‌توانست آن را به خدا تقدیم کند». با این حال، گاهی «پول کثیف» با اهدای بخشی از آن به یک هدف ارزشمند، از نظر اخلاقی شسته می‌شود. اما در نظر بگیری که این اهدا چگونه با اشتراک در دفتر، جمع‌آوری کمک در کلیسا، حق عضویت کنیسه، یا کمک‌های مالی به دانشگاه متفاوت است. انواع دیگری از پول‌ها به عنوان هدایای مختلف در گردش هستند: چکی برای عروسی برادرزاده، پاداش کریسمس به کارمند، پول هانوکا برای کودک، انعام گارسون. در خانه‌های ما، درآمد همسر اغلب از درآمد شوهر متمایز می‌شود و قطعاً از درآمد فرزندش متفاوت است. پول‌های کودکان نیز معانی متعددی دارند: کمک‌هزینه با پولی که از پرستاری بچه به دست می‌آید یکسان نیست.

در نهایت، به گستره شگفت‌انگیز پول‌های ابداعی که مبادله می‌کنیم فکر کنید: کوپن‌های غذا برای فقرا، کوپن‌های سوپرمارکت برای مصرف‌کننده معمولی، پول زندان برای زندانیان، ژتون‌های درمانی برای بیماران روانی، ارز نظامی برای سربازان، ژتون‌های قمار برای قماربازان، بلیط ناهار برای غذاخوری‌های سازمانی، کارت‌های هدیه برای جشن‌ها. هم در محدوده‌ای که توسط ارزهای دولتی تعیین شده و هم در میان سایر اشکال پولی که برای اهداف خاص ایجاد شده‌اند، تمایز و تکثیر در همه جا دیده می‌شود.

با این حال، ما به طرز عجیبی درباره زندگی اجتماعی پول اطلاعات کمی داریم. دانشمندان علوم اجتماعی به طور پارادوکسیکال با پول برخورد می‌کنند: اگرچه پول به عنوان یک عنصر اساسی جامعه مدرن در نظر گرفته می‌شود، اما به عنوان یک مقوله جامعه‌شناختی تحلیل نشده باقی مانده است. راندال کالینز پیشنهاد کرده است که پول نادیده گرفته می‌شود، «گویی به اندازه کافی جامعه‌شناختی نیست». دایره‌المعارف بین‌المللی علوم اجتماعی بیش از سی صفحه را به پول اختصاص داده است، اما حتی یک صفحه به ویژگی‌های اجتماعی آن اختصاص ندارد. مقالاتی درباره تأثیر اقتصادی پول، نظریه مقدار، سرعت گردش، و اصلاحات پولی وجود دارد، اما هیچ‌چیز درباره پول به عنوان *واقعیت اجتماعی*، به قول شایسته سیمیان، وجود ندارد. به طور عجیب، در حالی که جامعه‌شناسان مدت‌هاست زمان اجتماعی و فضای اجتماعی را به رسمیت شناخته‌اند، پول اجتماعی از دید آن‌ها پنهان مانده است. برای مثال، کتاب *علت‌شناسی اجتماعی-فرهنگی، فضا، زمان* سوروکین، فصول جداگانه‌ای را به ناهمگونی کیفی زمان و فضا اختصاص داده است، اما تنها چند خط گمانه‌زنانه درباره نمادگرایی احتمالی چندگانه پول ارائه کرده است.

در نتیجه، پول به عنوان یک سازه فکری عمدتاً در قلمرو اقتصاددانان محصور مانده است - جهانی که در آن افراد آزاد به عنوان شرکت‌کنندگان عقلانی در معاملات بازار رفتار می‌کنند و تنها تمایزات قیمت و مقدار را در نظر می‌گیرند، حوزه‌ای بی‌احساس که در آن همه پول‌ها یکسان هستند. البته، تورستین وبلن ما را از معنای اجتماعی آنچه پول می‌خرد آگاه کرد؛ و اخیراً، ادبیات جدیدی درباره فرهنگ مصرف به طور جسورانه درک ما از کالاهای مدرن را معکوس کرده است. رویکرد تجدیدنظرطلبانه جدید، معانی نمادین کالاهای تجاری را آشکار می‌کند، اما به طور عجیبی، استقلال فرهنگی و قدرت پول را بدون پرس‌وجو باقی می‌گذارد.

به طور کنایه‌آمیز، مفاهیم عامه‌پسند از پول به نظر می‌رسد عاقلانه‌تر از جامعه‌شناسی دانشگاهی باشد. در زندگی روزمره، مردم درک می‌کنند که پول واقعاً قابل تعویض نیست، که با وجود ناشناس بودن اسکناس‌های دلار، همه دلارها برابر یا قابل معاوضه نیستند. ما به طور معمول معانی متفاوتی به پول‌های خاص اختصاص می‌دهیم و استفاده‌های

جداگانه‌ای برای آن‌ها تعیین می‌کنیم. گاهی این نشانه‌گذاری کاملاً ملموس است؛ برای مثال، مطالعه رین‌واتر، کولمن و هندل درباره زنان خانه‌دار طبقه کارگر آمریکایی، «حسابداری قوطی‌برنجی» دقیق زنان را توصیف می‌کند: پول‌ها برای هزینه‌های مختلف جدا نگه داشته می‌شدند، در قوطی‌های برنجی یا پاکت‌های برچسب‌دار - یکی برای وام مسکن، دیگری برای قبوض، برای پول تفریح و غیره. زنان در مطالعه برجسته باکه درباره کارگران بیکار در دهه ۱۹۳۰ از کوزه‌های چینی برای جداسازی انواع مختلف درآمد که برای هزینه‌های خاص نشانه‌گذاری شده بودند استفاده می‌کردند: مثلاً اجاره یک اتاق اضافی ممکن بود برای پرداخت وام مسکن استفاده شود، در حالی که درآمد یک کودک برای خرید لباس مدرسه تعیین شده بود. و جین لائو به ما می‌گوید که در اورنج کانتی، کالیفرنیا، امروز ساکنان پول‌های خود را برای استفاده‌های خاص با نگه‌داری انواع «ذخایر نقدی خانگی» تفکیک می‌کنند - «معمولاً یکی در کیف پول هر بزرگسال، کمک‌هزینه کودکان و قلک‌ها، یک صندوق «پول خرد» در معادل قوری، یک ظرف سکه برای پارکومتر یا لباس‌شویی» - یا «ذخایر بانکی پول»، شامل پس‌اندازهای کلوپ کریسمس و حساب‌هایی که برای هزینه‌های خاص مانند مالیات بر دارایی یا سایر مالیات‌ها، تعطیلات، یا بیمه خانه و ماشین تعیین شده‌اند.

همان‌طور که این تغییرات ملموس نشان می‌دهند، ما با یک سؤال جدی روبه‌رو هستیم: پول واقعاً چگونه کار می‌کند؟ مردم چگونه این تمایزات را بین پول‌ها ایجاد می‌کنند، چه زمانی و برای چه؟ اما ابتدا، چرا نظریه‌پردازان این‌قدر سرسختانه به دیدگاه‌های اشتباه درباره پول پایبند بوده‌اند؟

پول بازار؛ رویکرد سودگرایانه

پول‌سازی - افزایش نسبت کالاها و خدماتی که با پول خرید و فروش می‌شوند - برای چند قرن در حال شتاب گرفتن بوده است. بسیاری از متفکران قرن هجدهم، پول‌سازی اقتصاد را با حفظ یک زندگی اجتماعی منسجم از نظر اخلاقی سازگار یا حتی مکمل می‌دیدند. اما

قدرت پول برای تحول جامعه مدرن، تخیل نظریه پردازان اجتماعی قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم را به خود جلب کرد. با نگرانی عمیق از بازاری که به طور بی‌امان در حال گسترش بود و همه فضاهای اجتماعی را خشک و بی‌روح می‌کرد، متفکران اجتماعی کلاسیک فرض کردند که پول، که ماکس وبر آن را «انتزاعی‌ترین و 'غیرشخصی‌ترین' عنصر موجود در زندگی بشر» نامید، در پیشبرد فرآیند عقلانی‌سازی پیشگام است. این عصای جادویی منحرفی بود که زندگی مدرن را از افسون خارج کرد. پول، به گفته زیمل، جهان را به یک «مسئله حسابداری» تبدیل کرد. از نظر فنی صرف، حسابداری پولی قطعاً بازارهای اقتصادی عقلانی و غیرشخصی را ترویج داد. اما متفکران اجتماعی سنتی استدلال کردند که تأثیرات پول فراتر از بازار است: مهم‌تر از آن، پول به کاتالیزوری برای ابزارگرایی فراگیر زندگی اجتماعی مدرن تبدیل شد. در *فلسفه پول*، گئورگ زیمل این دیدگاه قرن نوزدهمی را با این مشاهده خلاصه کرد که «بی‌احساسی کامل پول در فرهنگ اجتماعی ما منعکس می‌شود، که خود توسط پول تعیین شده است».

بنابراین، وظیفه نظریه اجتماعی توضیح این قدرت انقلابی بی‌چون و چرای پول بود. ظاهراً، این قدرت از بی‌تفاوتی کامل پول نسبت به ارزش‌ها ناشی می‌شد. پول به عنوان نمونه اولیه یک رویکرد ابزاری و محاسباتی درک می‌شد، به قول زیمل، «خالص‌ترین تجسم وسایل». همچنین نماد چیزی بود که زیمل به عنوان گرایش اصلی زندگی مدرن شناسایی کرد - کاهش کیفیت به کمیت، «که در پول به بالاترین و منحصربه‌فردترین شکل خود دست می‌یابد». زیمل استدلال کرد که تنها پول «از هر کیفیتی آزاد است و صرفاً توسط کمیت تعیین می‌شود». با پول، همه تمایزات کیفی بین کالاها به طور یکسان به یک «سیستم اعداد» قابل محاسبه تبدیل می‌شدند.

این «عینیت بی‌چون و چرا» به پول اجازه می‌داد تا به عنوان یک واسطه «از نظر فنی کامل» برای مبادله اقتصادی مدرن عمل کند. آزاد از محدودیت‌های ذهنی، بی‌تفاوت نسبت به «منافع خاص، خاستگاه‌ها یا روابط»، نقدینگی و تقسیم‌پذیری پول بی‌نهایت بود. ذات پول، به ادعای زیمل، در «قابلیت تعویض بی‌قید و شرط آن، یکنواختی درونی که هر قطعه را با دیگری قابل معاوضه می‌کند» نهفته بود. بنابراین، پول به عنوان واسطه‌ای خنثی و مناسب

برای یک بازار عقلانی و غیرشخصی عمل می‌کرد، «روابط اقتصادی بین اشیاء را ... به صورت انتزاعی و کمی بیان می‌کرد، بدون اینکه خود وارد آن روابط شود». زیمل به صراحت محدودیت‌های غیراقتصادی در استفاده از پول را به عنوان بازمانده‌های کهنه‌پرستانه رد کرد: «مفهوم بازدارنده‌ای که برخی مقادیر خاص پول ممکن است 'به خون آلوده' باشند یا تحت نفرین باشند، احساساتی هستند که با افزایش بی‌تفاوتی پول، کاملاً اهمیت خود را از دست می‌دهند». وقتی پول به چیزی جز «پول صرف» تبدیل شد، ظاهراً آزادی آن غیرقابل‌چالش و استفاده‌هایش نامحدود بود.

این عینیت‌بخشی به زندگی مدرن تأثیر دوگانه‌ای داشت. از یک سو، زیمل استدلال کرد که اقتصاد پولی، با دادن آزادی به هر فرد برای انتخاب شرایط و شرکای مبادله اقتصادی، بندهای شخصی ترتیبات سنتی را شکست. اما کیمیاگری کمی‌سازی پول، شیمی شوم‌تری داشت. مارکس در مقاله‌ای اولیه هشدار داده بود که قدرت تحول‌آفرین پول واقعیت را واژگون می‌کند، «همه کیفیت‌های طبیعی و انسانی را درهم می‌آمیزد و ترکیب می‌کند ... [پول] هر ویژگی را با هر ویژگی دیگر، حتی ویژگی‌ها و اشیاء متضاد، مبادله می‌کند: این اتحاد ناممکن‌هاست». پول به عنوان غایی‌ترین عینیت‌بخش - «خدایی در میان کالاهای» - نه تنها همه ارتباطات ذهنی بین اشیاء و افراد را محو کرد، بلکه روابط شخصی را به «پیوند نقدی» تقلیل داد. در واقع، مارکس در «گروندریسه» و «سرمایه» استدلال کرد که فетиشیسم پول، «درخشان‌ترین» شکل فетиشیسم کالا بود. فرآیند «منحرف»ی که روابط اجتماعی بین مردم را به روابط مادی بین اشیاء تبدیل می‌کرد، با پول به اوج خود رسید. سایر کالاهای ممکن بود ارزش «طبیعی» یا «ارزش مصرف» خود را حفظ کنند و بنابراین کیفیت متمایزی داشته باشند. اما پول به عنوان ارزش مبادله خالص، ناچاراً شکلی «بی‌معنا» به خود گرفت، که به نوبه خود همه تمایزات کیفی ممکن بین کالاهای را خنثی کرد. مارکس خاطرنشان کرد که در شکل پولی خود، «همه کالاهای شبیه به هم به نظر می‌رسند». و حتی ناهمخوان‌تر، پول حتی اشیاء ناملموس فاقد سودمندی - مانند وجدان یا شرف - را به کالاهای معمولی تبدیل کرد. بنابراین، حتی بی‌قیمت‌ها نیز در برابر قیمت تسلیم می‌شوند. «حتی استخوان‌های قدیسان ... نمی‌توانند در برابر کیمیاگری مقاومت کنند».

برای مارکس، پول بنابراین یک «هم‌سطح‌کننده مقاومت‌ناپذیر» بود که همه حوزه‌های زندگی اجتماعی را تسخیر می‌کرد. با یکنواخت کردن همه تمایزات کیفی به یک کمیت انتزاعی، پول «معادله ناسازگارها» را ممکن می‌ساخت. نیم قرن بعد، زیمل تشخیص مارکس را تأیید کرد و پول را «هم‌سطح‌کننده وحشتناک» نامید، که با «بی‌رنگی و بی‌تفاوتی خود ... هسته چیزها ... ارزش خاص و بی‌همتایشان را خالی می‌کند». در واقع، زیمل در تحلیل خود از روسپی‌گری تشخیص داد که «در ذات پول، چیزی از ماهیت روسپی‌گری وجود دارد». زیمل خاطرنشان کرد که از میان همه روابط اجتماعی، روسپی‌گری «برجسته‌ترین نمونه از تنزل متقابل به یک ابزار صرف» است، و به این ترتیب روسپی‌گری را به اقتصاد پولی - «اقتصاد 'ابزارها' به معنای دقیق کلمه» - مرتبط می‌سازد. ماکس وبر نیز به تضاد اساسی بین اقتصاد پولی عقلانی و پیوندهای شخصی اشاره کرد، و مشاهده کرد که «هرچه جهان اقتصاد سرمایه‌داری مدرن بیشتر از قوانین ذاتی خود پیروی کند، کمتر برای ... اخلاق مذهبی برادری قابل‌دسترس است».

در مقاله‌ای که در سال ۱۹۱۳ منتشر شد، چارلز اچ. کولی، اقتصاددان و جامعه‌شناس، استدلالی مخالف در دفاع از دلار ارائه داد. کولی با اذعان به رشد پیوند نقدی در جامعه مدرن، از پذیرش پول به عنوان یک دشمن ضروری ارزش‌های غیرپولی امتناع کرد. در عوض، با طنین‌اندازی شبیه به حامیان قرن هجدهمی تز «تجارت شیرین» آلبرت اُ. هیرشمن درباره بازار به عنوان یک عامل اخلاقی‌ساز، کولی استدلال کرد که «اصل اینکه همه چیز قیمتی دارد باید گسترش یابد، نه محدود شود ... ارزش‌های پولی اعضای همان نظام عمومی ارزش‌های اخلاقی و زیبایی‌شناختی هستند، و وظیفه آن‌ها این است که این ارزش‌ها را به بازار بیاورند». کولی با در نظر گرفتن شرف به عنوان «یکی از آن ارزش‌هایی که بسیاری آن را خارج از حوزه پولی قرار می‌دهند»، خاطرنشان کرد که در عوض، شرف «ممکن است نیازمند پس‌انداز پول برای پرداخت بدهی باشد، در حالی که لذت‌جویی آن را برای یک شام مفصل خرج می‌کند». در چنین موردی، «ما شرف خود را با پول می‌خریم». کولی نتیجه گرفت که پیشرفت نه در تحقیر ارزش‌گذاری پولی، بلکه در اطمینان از تنظیم اخلاقی پول نهفته است: «دلار باید اصلاح شود، نه سرکوب».

در این مخالفت، کولی خود را با دیدگاه اقتصاددانان حرفه‌ای هم‌راستا کرد که پول را به عنوان عامل اصلی عقلانی‌سازی - اما نه لزوماً فاسدکننده - در اقتصاد مدرن می‌دیدند. برای مثال، اقتصاددان بزرگ، آلفرد مارشال، در سال ۱۸۸۵ اعلام کرد که «در جهانی که ما در آن زندگی می‌کنیم، پول، به عنوان نماینده قدرت خرید عمومی، بهترین معیار انگیزه‌هاست که هیچ چیز دیگری نمی‌تواند با آن رقابت کند». بر اساس اخلاق عمل‌گرایانه مارشال، این واقعیت که «وقتی می‌خواهیم کسی را به انجام کاری برای ما ترغیب کنیم، معمولاً به او پول پیشنهاد می‌کنیم» به این معنا نیست که سخاوت یا حس وظیفه از بین رفته است، بلکه صرفاً اینکه پول به عنوان کارآمدترین معیار «انگیزه‌های معمولی که رفتار روزمره انسان‌ها را هدایت می‌کنند» عمل می‌کند.

اقتصاددان تأثیرگذار آمریکایی، وسلی سی. میچل، استدلال مارشال را دنبال کرد و بر استفاده از پول به عنوان یکی از «عادات بزرگ عقلانی‌سازی» جامعه تأکید کرد، که نه تنها رفتار اقتصادی عینی مردم را شکل می‌دهد، بلکه «زندگی ذهنی» آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. با این حال، وقتی نوبت به دنیای صمیمی خانواده‌ها می‌رسید، استدلال میچل متزلزل می‌شد. در حالی که در کسب‌وکار «تنها ارزش‌های پولی چیزها ... باید در نظر گرفته شوند، و ارزش‌های پولی همیشه می‌توانند به طور منظم و سیستماتیک متعادل، مقایسه و تنظیم شوند»، حسابداری خانگی از نوع متفاوتی بود، نوعی حسابداری «عقب‌مانده»: «درآمدهای خانواده به دلار قابل‌تقلیل نیستند، همان‌طور که سود یک شرکت تجاری قابل‌تقلیل است». بنابراین، یک زن خانه‌دار چگونه می‌توانست «هزینه‌ها و درآمدهای» خود را به طور مؤثری مقایسه کند؟ ارزش‌های خانوادگی به ناچار عقلانیت و کارایی بازار را با وارد کردن مسائل غیرقابل‌اندازه‌گیری ارزش ذهنی مخدوش می‌کردند.

جوزف شومپیتر نیز خاطرنشان کرد که سرمایه‌داری پول را «ستایش» می‌کند و آن را به یک «ابزار محاسبات عقلانی هزینه-سود» تبدیل می‌کند، محاسباتی که فراتر از بخش اقتصادی به یک «نوع منطق یا نگرش یا روش» گسترش می‌یابد که سپس «فتح خود را آغاز می‌کند و ابزارها و فلسفه‌های انسان، عمل پزشکی او، تصویرش از کیهان، دیدگاهش به زندگی، و درواقع همه چیز از جمله مفاهیم زیبایی و عدالت و آرمان‌های معنوی او را عقلانی

می‌سازد». از یک سو، شومپیتر پیشنهاد کرد که فرآیند سرمایه‌داری به «سودگرایی و تخریب گسترده معانی» منجر می‌شود، اما از سوی دیگر، در بحثی که تنها اخیراً درباره پول منتشر شده است، او، مانند میچل، حوزه‌ای جدا از حوزه عقلانی رفتار اقتصادی را تصدیق کرد، جایی که پول از نظر فرهنگی بی‌ثمر نبود، مانند استفاده از ارزی که همچنین به عنوان یک شیء آیینی معنادار عمل می‌کرد. این «اهمیت فرهنگی» پول تنها در موارد استثنایی مرتبط بود، «تا جایی که بر رفتار واقعی مردم نسبت به پول تأثیر می‌گذارد».

مدل سودگرایانه تأثیر شگفت‌انگیزی بر نظریه‌پردازی درباره پول داشته است. جامعه‌شناسی معاصر همچنان به این دیدگاه پایبند است که پول یک رسانه کاملاً قابل‌تعویض، خنثی از نظر کیفی، بی‌نهایت تقسیم‌پذیر و کاملاً همگن برای مبادله بازار است. برای مثال، جیمز کولمن یک تحلیل بسیار پیچیده از مبادله اجتماعی می‌سازد، اما همچنان پول را به عنوان غایی‌ترین مخرج مشترک غیرشخصی در نظر می‌گیرد. حتی وقتی تحلیلگران بعد نمادین پول مدرن را به رسمیت می‌شناسند، از فراتر رفتن کامل از چارچوب سودگرایانه باز نمی‌مانند. برای مثال، تالکوت پارسنز به صراحت و با قدرت خواستار یک «جامعه‌شناسی پول» شد که پول را به عنوان یکی از رسانه‌های نمادین تعمیم‌یافته مبادله اجتماعی، همراه با قدرت سیاسی، نفوذ و تعهدات ارزشی، در نظر بگیرد. برخلاف تعریف مارکس از پول به عنوان «نماینده مادی ثروت»، در نظریه رسانه‌های پارسنز، پول یک زبان نمادین بود - نه یک کالا، بلکه یک نشانه‌گر، فاقد ارزش مصرف. با این حال، پارسنز نمادگرایی پول را به حوزه اقتصادی محدود می‌کند. پارسنز ادعا می‌کند که پول «تجسم نمادین» ارزش اقتصادی است، چیزی که اقتصاددانان به معنای فنی «سودمندی» می‌نامند. در نتیجه، نظریه رسانه‌های پارسنز معنای نمادین پول در خارج از بازار را ناشناخته باقی گذاشت: اهمیت فرهنگی و اجتماعی پول فراتر از سودمندی.

آنتونی گیدنز شکایت می‌کند که پارسنز به اشتباه قدرت، زبان و پول را برابر می‌داند، زیرا به نظر گیدنز، پول رابطه‌ای کاملاً متفاوت با زندگی اجتماعی دارد. او پول را به عنوان یک «نشانه نمادین» می‌بیند، یک مثال کلیدی از آن «مکانیزم‌های جداسازی مرتبط با مدرنیته» - که روابط اجتماعی را از زمان‌ها و مکان‌های خاص جدا می‌کند. یورگن هابرماس حتی فراتر

می‌رود و استدلال می‌کند که پول رسانه‌ای است که از طریق آن نظام اقتصادی «جهان زندگی روزمره اجتماعی» را «مستعمره» می‌کند، به طور مقاومت‌ناپذیر و سیستماتیک «حوزه‌های عملی که به یکپارچگی اجتماعی وابسته هستند» را تضعیف می‌کند. بنابراین، جامعه‌شناسان همچنان با عدم‌باوری شگفت‌انگیزی این ایده را می‌پذیرند که وقتی پول به قلمرو روابط شخصی نفوذ می‌کند، ناچاراً آن روابط را به سمت عقلانیت ابزاری سوق می‌دهد.

بنابراین، برای یک قرن، تفسیر غالب از پول، یک مدل مطلق از پول بازار را شکل داد که بر اساس پنج فرض زیر استوار است:

۱. کارکردها و ویژگی‌های پول صرفاً در چارچوب اقتصادی تعریف می‌شوند. پول به عنوان یک شیء کاملاً همگن، بی‌نهایت تقسیم‌پذیر و سیال، که فاقد کیفیت است، ابزاری بی‌همتا برای مبادله بازار است. حتی وقتی معنای نمادین پول به رسمیت شناخته می‌شود، یا به حوزه اقتصادی محدود می‌ماند یا به عنوان یک ویژگی عمدتاً بی‌اهمیت تلقی می‌شود.

۲. همه پول‌ها در جامعه مدرن یکسان هستند. آنچه زیمل «شخصیت کیفی کمونیستی» پول نامید، هرگونه تمایز بین انواع پول را رد می‌کند. تنها تفاوت‌های کمی ممکن است. بنابراین، تنها یک نوع پول وجود دارد - پول بازار.

۳. یک دوگانگی شدید بین پول و ارزش‌های غیرپولی ایجاد می‌شود. پول در جامعه مدرن به عنوان چیزی اساساً غیرمقدس و سودگرایانه در مقابل ارزش‌های غیرابزاری تعریف می‌شود. پول از نظر کیفی خنثی است؛ ارزش‌های شخصی، اجتماعی و مقدس از نظر کیفی متمایز، غیرقابل‌مبادله و غیرقابل‌تقسیم هستند.

۴. نگرانی‌های پولی به طور مداوم در حال گسترش، کمی‌سازی و مایه فساد در همه حوزه‌های زندگی دیده می‌شوند. پول به عنوان یک رسانه انتزاعی مبادله، نه تنها آزادی، بلکه قدرت کشیدن تعداد فزاینده‌ای از کالاها و خدمات به شبکه بازار را دارد. بنابراین، پول وسیله‌ای برای کالایی‌سازی اجتناب‌ناپذیر جامعه است.

۵. هیچ شکی درباره قدرت پول برای تبدیل ارزش‌های غیرپولی وجود ندارد، در حالی که تبدیل متقابل پول توسط ارزش‌ها یا روابط اجتماعی به ندرت مفهوم‌سازی می‌شود یا صراحتاً رد می‌شود.

فرض اینکه پول‌سازی زندگی اجتماعی یکنواختی، دقت و محاسبه را گسترش می‌دهد، کاملاً بی‌معنا نیست. به هر حال، اقتصاد پولی تفاوت قابل‌توجهی در سازمان اجتماعی ایجاد کرد. برای مثال، این اقتصاد، تکثیر شرکای اقتصادی را تسهیل کرد و تقسیم کار عقلانی را ترویج داد. در سال‌های بین ۱۸۶۰ و اوایل دهه ۱۹۳۰، ایالات متحده شاهد نوآوری‌های مالی متعددی بود، از جمله ایجاد حواله‌های پستی (۱۸۶۴)، چک‌های مسافرتی (۱۸۹۱)، قیمت‌های ثابت (دهه ۱۸۶۰)، فروشگاه‌های با قیمت ثابت، مانند فروشگاه‌های نیکل یا دایم و ولورث (۱۸۷۰)، کاتالوگ‌های سفارش پستی (دهه ۱۸۷۰)، کارت‌های اعتباری (۱۹۱۴)، اولین سیستم انتقال الکترونیکی وجوه (۱۹۱۸)، و همچنین استفاده فشرده از طرح‌های پرداخت زمانی، مانند خرید اقساطی و سیستم اعتباری.

ایجاد پول بازار

از قرن نوزدهم، دولت آمریکا به شدت برای ایجاد ارز «بی‌رنگ» زیمل، یعنی یک پول ملی استاندارد، تلاش کرد. این کار چگونه انجام شد؟ دولت هزاران ارز کاغذی صادرشده توسط ایالت‌ها را از طریق مالیات از بین برد، صدور خصوصی توکن‌ها، اسکناس‌ها یا سکه‌ها توسط فروشگاه‌ها، کسب‌وکارها، کلیساها و سایر سازمان‌ها را سرکوب کرد و شخصی‌سازی پول توسط افراد را از بین برد. برای مثال، در قرن نوزدهم، بیش از پنج هزار نوع مختلف اسکناس بانکی ایالتی - بدون احتساب هزاران نسخه جعلی دیگر - در گردش بودند. تجار و بانکداران برای پیگیری انواع نامنظم پول‌ها به دایرکتوری‌های اسکناس بانکی وابسته بودند، زیرا ارزش (و همچنین اندازه و سبک) اسکناس‌ها از بانکی به بانک و در ایالت‌های

مختلف متفاوت بود. ظاهراً برای مشتریان بانک معمول بود که مشخص کنند «سپرده‌ها باید با چه نوع پولی برداشت شوند و با چه نوع اسکناسی بدهی‌ها بازپرداخت شوند».

دولت تصمیم گرفت تمایزات بین ارزها را حذف کند. در سال ۱۸۶۳، قانون بانکداری ملی به بانک‌های ملی تازه تأسیس اجازه داد یک ارز ملی یکنواخت ایجاد کنند. چند سال بعد، دولت فدرال اسکناس‌های متعدد بانکی ایالتی را از طریق مالیات از بین برد. پیش‌تر، در واکنش به بحران مالی جنگ داخلی، کنگره در سال ۱۸۶۲ به وزارت خزانه‌داری اجازه داد میلیون‌ها «گرین‌بک» چاپ کند، اولین ارز کاغذی کشور بدون پشتوانه طلا، که به عنوان پول قانونی در سطح ملی در گردش بود. اما حتی پس از قانون بانکداری ملی، ذخایر پول آمریکایی همچنان بسیار متنوع باقی ماندند. اسکناس‌های جدید بانک ملی در کنار سایر اختراعات ارزی جنگ داخلی در گردش بودند؛ نه تنها گرین‌بک‌ها، بلکه اسکناس‌های قانونی با بهره، اسکناس‌های درخواستی دولت، ارز پستی و کسری، و همچنین گواهی‌های نقره و طلا («یلوبک‌ها»)، به علاوه سکه‌های طلا و نقره فرعی سنتی‌تر. این پول‌های رسمی متعدد در بسیاری از موارد برای اهداف مشخص نشانه‌گذاری شده بودند. برای مثال، گرین‌بک‌ها برای اکثر پرداخت‌ها قابل قبول بودند، اما نه برای عوارض گمرکی و نه برای سود اوراق و اسکناس‌ها. از سوی دیگر، طلا، اگرچه عمده‌تاً برای معاملات خارجی تعیین شده بود، برای برخی پرداخت‌های داخلی، مانند عوارض گمرکی، نیز در نظر گرفته شده بود. تنوع منطقه‌ای محدودی ادامه داشت؛ برای مثال، پرداخت با طلا در ساحل غربی همچنان غالب بود. اما در مجموع، پس از جنگ داخلی، دولت آمریکا به سمت یک پول قانونی یکنواخت‌تر حرکت کرد.

با این حال، استانداردسازی پول یک فرآیند هموار و توافقی نبود. در واقع، تعریف ارز آمریکایی به یکی از منفجرکننده‌ترین مسائل سیاسی و اجتماعی اواخر قرن نوزدهم تبدیل شد. به طور قابل توجه، با وجود افزایش چشمگیر استفاده مردم از سپرده‌ها به جای پول نقد پس از جنگ داخلی، بحث‌ها بر روی ارزها متمرکز بود. آیا گرین‌بک‌ها «پول واقعی» بودند، یا فقط «پول سخت» فلزی به عنوان ارز معتبر عمل می‌کرد؟ آیا طلا، همان‌طور که تک‌فلزی‌گرایان استدلال می‌کردند، تنها استاندارد «واقعی» بود؟ یا نقره، همان‌طور که

حامیان «نقره آزاد» ادعا می‌کردند، می‌توانست به همان اندازه پول معتبر باشد؟ آیا اسکناس‌های بانک ملی مشروع بودند؟ یا همان‌طور که طرفداران گرین‌بک اصرار داشتند، تنها پول صادرشده توسط دولت قابل قبول بود؟ این‌ها صرفاً بازی با کلمات یا تمایزات صرفاً فنی نبودند؛ «مسئله پول» به یک بحث عمومی شدیداً مورد مناقشه تبدیل شد، گروه‌های اجتماعی را دوقطبی کرد و فرآیند سیاسی جامعه آمریکا در اواخر قرن نوزدهم را شکل داد. مجله *مانی*، که در سال ۱۸۹۷ تأسیس شد و «به طور ویژه برای ساده‌سازی مسئله ارز کنونی در ایالات متحده طراحی شده بود»، اشاره کرد که رأی‌دهندگان «ناگهان مجبور به هضم استدلال‌ها و مقالات فنی شدند که هر مردی را که قبلاً موضوع را بررسی نکرده بود، گیج می‌کرد». در واقع، همان‌طور که یک تاریخ‌نگار اشاره می‌کند، تنها در ایالات متحده «استدلال درباره شکل و کارکرد پول [به موضوعی] عمومی» تبدیل شد.

تا آغاز قرن بیستم، این جنجال فروکش کرد، پس از آنکه حامیان نقره آزاد انتخابات ۱۸۹۶ را باختند و قانون استاندارد طلا در سال ۱۹۰۰، دلار طلا را به عنوان استاندارد پولی ملی تعیین کرد. به طور خلاصه، در عرض حدود چهار دهه، دولت آمریکا به درجه قابل‌توجهی از استانداردسازی پولی دست یافت، اگرچه تا سال ۱۹۳۳ کنگره به طور رسمی همه سکه‌ها و ارزهای ایالات متحده را به عنوان پول قانونی برابر اعلام نکرد.

با این حال، ایجاد ارزها کاملاً کار دولت نبود. گاهی اوقات، فروشگاه‌ها، کسب‌وکارها و سایر سازمان‌ها - از جمله روسپی‌خانه‌ها - به طور خصوصی توکن‌ها، اسکناس‌ها یا سکه‌هایی صادر می‌کردند. در واقع، آمریکایی‌ها اغلب به کمبود دوره‌ای سکه‌های کوچک با تولید مبتکرانه ارز جایگزین پاسخ می‌دادند. حتی نمونه‌هایی از «پول کلیسا» وجود دارد، مانند اسکناس‌های چهار پنی که در سال ۱۷۹۲ توسط یک کلیسا در اسکنکتدی، نیویورک، صادر شد، یا توکن‌هایی که در همان دوره توسط کلیسای پرسبیتی اول آلبانی توزیع شد. به طور قابل‌توجه، سکه‌های مسی تجار، «توکن‌های زمان سخت» دهه ۱۸۳۰، هم به عنوان تبلیغات تجاری و هم به عنوان پول خرد با موفقیت عمل کردند. توکن‌های دیگر با نمادهای میهن‌پرستانه یا شعارهای سیاسی، مبادلات اقتصادی را با بحث‌های به‌موقع زنده می‌کردند و اغلب سیاست‌های رئیس‌جمهور جکسون را به سخره می‌گرفتند. بار دیگر در جنگ داخلی،

وقتی نقره فرعی به عنوان فلز ارزشمندتر از سکه شد، «شین پلاسترها» - پول کاغذی در مقادیر کوچک - که به طور خصوصی صادر می‌شدند، همراه با هزاران توکن تجاری و سیاسی به عنوان ارز جایگزین در معاملات روزمره استفاده شدند. یک تاریخ‌نگار گزارش می‌دهد که شرکت‌های حمل‌ونقل، هتل‌ها، سالن‌ها، رستوران‌ها و فروشگاه‌های خرده‌فروشی، «که بدون پول خرد نمی‌توانستند کسب‌وکار خود را ادامه دهند، شروع به تولید ارز خود کردند». برای مثال، هتل یانگ در بوستون سیستمی از چک‌ها به ارزش ۱۵، ۲۵ و ۵۰ سنت صادر کرد که توسط صاحب هتل امضا شده بود. سکه‌های طلا نیز به طور خصوصی صادر می‌شدند؛ بین سال‌های ۱۸۳۰ و ۱۸۶۰ هزاران سکه توسط افراد در کالیفرنیا، جورجیا و سایر ایالت‌ها تولید شد. در واقع، از سال ۱۸۴۹ تا ۱۸۵۵، سکه‌های طلای خصوصی ارز اصلی در گردش در کالیفرنیا بودند.

دولت وارد عمل شد تا این تولید خصوصی پول‌ها را غیرقانونی کند. تا دهه ۱۸۶۰، سکه‌سازی خصوصی تحمل یا نادیده گرفته شده بود؛ برای مثال، قانون اساسی هیچ منع مربوطه‌ای نداشت، در حالی که قوانین جعل اوایل قرن نوزدهم تنها به کپی‌ها یا تقلیدهای جعلی سکه‌های ایالات متحده اشاره داشتند، نه به صدور خصوصی آن‌ها. اما در سال ۱۸۶۲، مدارای دولت پایان یافت؛ قانون ارز پستی آن سال شین پلاسترها را جرم‌انگاری کرد و اعلام کرد که هیچ «شرکت خصوصی، انجمن بانکی، شرکت یا فرد» نمی‌تواند هیچ «اسکناس، چک، یادداشت، توکن یا تعهد دیگری، برای مبلغی کمتر از یک دلار، که برای گردش به عنوان پول در نظر گرفته شده باشد»، صادر یا در گردش نگه دارد. برای پاسخ به نیاز بحرانی به ارز کسری - پول خرد - کنگره تمبرهای پستی را به پول تبدیل کرد. محدودیت‌های قانونی علیه پول‌های خصوصی در سال ۱۸۶۴ افزایش یافت و سپس در سال ۱۹۰۹ با ممنوعیت گسترده‌ای نه تنها علیه صدور خصوصی ارز «به شباهت سکه‌های ایالات متحده»، بلکه همچنین علیه ارز «با طراحی اصلی» قاطعانه‌تر شد. متخلفان با جریمه‌ای تا سقف سه هزار دلار، حبس تا پنج سال، یا هر دو تهدید می‌شدند. دستمزدهای پرداختی به صورت اسکرپ نیز مورد حمله قرار گرفت. در اواخر دهه ۱۸۰۰ و اوایل دهه ۱۹۰۰، تعدادی از «دستورات فروشگاه‌ی» یا «قوانین کامیون» قانون اساسی و قانونی، حق کارگران را برای دریافت

دستمزد به «پول قانونی» به جای اسکرپ، کوپن‌ها، کارت‌های پانچ، توکن‌ها یا چک‌های تجاری که توسط «افراد، شرکت‌ها، مؤسسات و شرکت‌ها» توزیع می‌شد و اغلب فقط در فروشگاه شرکت محلی قابل استفاده بود، تأیید کرد.

تأیید و اجرای یک ارز ملی یکنواخت و همگن به عنوان یک وظیفه فوری اعلام شد؛ یک پرونده قضایی در ایندیانا اعلام کرد که دولت «باید بی‌امان حق حفاظت از پولی را که به عنوان استاندارد ارزش در سراسر کشور تعیین کرده است، حفظ کند». حتی به مهاجران جدید به سرعت آموزش داده شد که در آمریکا، «حق ضرب سکه تنها به کنگره تعلق دارد». وقتی مردم «پول فلزی یا کاغذی تولید می‌کنند»، کتاب درسی فدرال آموزش شهروندی وزارت کار ایالات متحده هشدار داد، «باید جریمه سنگینی پردازند و برای چند سال به زندان فرستاده شوند». دولت همچنین علیه شخصی‌سازی پول توسط افراد اقدام کرد؛ تعاریف جعل و تخریب را گسترش داد، برای مثال، نقاشی‌های محبوب ترومپ‌لوئیل اسکناس‌های دلار در اواخر قرن نوزدهم را تحت پیگرد قرار داد. دولت حتی عمل رایج اواخر قرن نوزدهمی حکاکی پیام‌های احساسی روی سکه‌ها را ممنوع کرد و این عمل را «تخریب» نامید. پس از سال ۱۹۰۹، قانونی که تخریب سکه‌ها را ممنوع می‌کرد، هدایای محبوب «توکن عشق» را به ارزی غیرقانونی تبدیل کرد. همان‌طور که دیوان عالی ایندیانا در نوامبر ۱۸۸۹ اعلام کرد، دولت «حق دارد ارزی برای کل ملت فراهم کند و همه رسانه‌های در گردش دیگر را از طریق مالیات یا روش‌های دیگر بیرون براند».

این یک نبرد بازنده بود. اگرچه دولت آمریکا به درجه قابل توجهی از استانداردسازی و انحصار در شکل فیزیکی پول قانونی دست یافت، مردم به طور مداوم یکنواختی پولی را مختل کردند و فعالانه انواع تمایزات پولی را ایجاد کردند. حتی کنگره وقتی تلاش‌های دولت برای یکنواخت‌سازی ارز بیش از حد پیش رفت، مقاومت کرد. برای مثال، بحث شدیدی را که در سال ۱۹۰۸ با پیشنهاد بازگرداندن کتیبه «ما به خدا اعتماد داریم» - که به دستور رئیس‌جمهور حذف شده بود - بر روی سکه‌های طلای ایالات متحده برانگیخته شد، در نظر بگیرید. اگرچه چند تن از اعضای کنگره تصمیم معقول رئیس‌جمهور روزولت برای حذف این شعار را تحسین کردند و اصرار داشتند که «سکه ما ... رسانه‌ای برای معاملات دنیوی است،

نه مقدس»، مخالفان موفق‌تر آن‌ها با فصاحت در دفاع از نشانه آیینی استدلال کردند و تأکید داشتند که در حالی که «حذف [این شعار] ارزش پولی [پول] را کاهش نداد ... ارزش احساسی آن را کاهش داد». نماینده جورجیا هشدار داد که ایالات متحده نباید پولی «کافر» ضرب کند.

بنابراین، هنگامی که فلسفه پول زیمل در سال ۱۹۰۰ منتشر شد، دنیای واقعی پول در ایالات متحده ادعاهای او درباره یکنواختی و خنثی بودن کیفی آن را رد کرد. در واقع، با شکل‌گیری جامعه مصرفی، اشکال جدیدی از نشانه‌گذاری پول در محیط‌های مختلف پدیدار شد. همان‌طور که به تفصیل بررسی خواهیم کرد، پول‌ها هم در خانواده‌ها و هم در محیط‌های عمومی تکثیر شدند. حتی زندان‌ها درباره نوع مناسب پول برای زندانیان بحث کردند، در حالی که برخی یتیم‌خانه‌ها و سرپرستان مراقبت‌های پرورشی، ارز جداگانه‌ای برای کودکان تحت تکفل پیشنهاد کردند. مجالس قانون‌گذاری بحث کردند که آیا انعام‌ها نوع قابل‌قبولی از پول هستند یا جرمی قابل‌مجازات، در حالی که کسب‌وکارها در دادگاه از مشروعیت کوپن‌ها، تمبرهای تجاری و جوایز برای تبلیغ محصولات خود دفاع کردند. بنابراین، اشکال نشانه‌گذاری پولی درست در زمانی که پول رسمی یکنواخت‌تر و عمومی‌تر شد، تکثیر یافت. حداقل، بحث‌های عمومی درباره این مسائل در این دوره بسیار فعال‌تر شد. این دقیقاً پارادوکسیکال است: در حالی که دولت و قانون برای به دست آوردن یک ارز ملی واحد تلاش می‌کردند، مردم فعالانه انواع تمایزات پولی را ایجاد کردند. با این حال، خارج از دنیای چاپ و ضرب سکه، انرژی کمتری صرف پذیرش اشیاء مختلف به عنوان ارز شد تا ایجاد تمایزات بین استفاده‌ها و معانی ارزهای موجود، یعنی نشانه‌گذاری.

به وضوح، یک حلقه در رویکرد سنتی به پول گم شده است. نظریه‌پردازان کلاسیک، تحت تأثیر ویژگی‌های قابل‌تعویض و غیرشخصی پول، بر عقلانیت ابزاری آن و ظرفیت ظاهراً نامحدودش برای تبدیل محصولات، روابط و گاهی حتی احساسات به یک معادل عددی انتزاعی و عینی تأکید کردند. اما پول نه از نظر فرهنگی خنثی است و نه از نظر اجتماعی ناشناس. ممکن است ارزش‌ها را «فاسد» کند و پیوندهای اجتماعی را به اعداد تبدیل کند،

اما ارزش‌ها و روابط اجتماعی به طور متقابل پول را با سرمایه‌گذاری معنا و الگوهای اجتماعی دگرگون می‌کنند.

تمایز اجتماعی پول

با وجود قابلیت انتقال‌پذیری پول، مردم هر تلاشی می‌کنند تا پول را در زمان‌ها، مکان‌ها و روابط اجتماعی خاص جای دهند. بنابراین، من یک مدل جایگزین و متمایز از پول را پیشنهاد می‌کنم که توسط شبکه‌های خاص روابط اجتماعی و سیستم‌های متغیر معانی شکل گرفته و باز شکل می‌یابد:

۱. در حالی که پول به عنوان یک ابزار عقلانی کلیدی بازار اقتصادی مدرن عمل می‌کند، در خارج از حوزه بازار نیز وجود دارد و عمیقاً تحت تأثیر ساختارهای فرهنگی و اجتماعی قرار می‌گیرد.

۲. هیچ پول واحد، یکنواخت و تعمیم‌یافته‌ای وجود ندارد، بلکه پول‌های متعدد وجود دارند: مردم ارزش‌های مختلف را برای بسیاری یا شاید همه انواع تعاملات اجتماعی نشانه‌گذاری می‌کنند، همان‌طور که زبان‌های متمایزی برای زمینه‌های اجتماعی مختلف ایجاد می‌کنند. و مردم در واقع با خشم، شوک یا تمسخر به «استفاده نادرست» از پول‌ها در شرایط یا روابط اجتماعی نامناسب واکنش نشان می‌دهند، مانند پیشنهاد یک اسکناس هزار دلاری برای پرداخت یک روزنامه یا انعام دادن به صاحب رستوران. پولی که برای مبادلات ابزاری عقلانی استفاده می‌شود، از محدودیت‌های اجتماعی «آزاد» نیست، بلکه نوع دیگری از ارز اجتماعی خلق شده است که تابع شبکه‌های خاص روابط اجتماعی و مجموعه ارزش‌ها و هنجارهای خاص خود است.

۳. فهرست کلاسیک اقتصادی از کارکردها و ویژگی‌های پول، که بر فرض وجود یک نوع پول عمومی واحد استوار است، به طور نامناسبی محدود است. با تمرکز انحصاری بر پول به عنوان یک پدیده بازار، این فهرست نمی‌تواند گستره بسیار پیچیده ویژگی‌های پول به عنوان

یک رسانه اجتماعی را دربربگیرد. یک کدگذاری متفاوت و جامع‌تر لازم است، زیرا برخی پول‌ها می‌توانند غیرقابل تقسیم باشند (یا قابل تقسیم اما نه به بخش‌های قابل پیش‌بینی ریاضی)، غیرقابل تعویض، غیرقابل حمل، عمیقاً ذهنی و بنابراین از نظر کیفی ناهمگن باشند.

۴. دوگانگی فرضی بین پول سودگرایانه و ارزش‌های غیرپولی نادرست است، زیرا پول در شرایط خاصی ممکن است به اندازه شخصی‌ترین یا منحصربه‌فردترین شیء، خاص و غیرقابل مبادله باشد.

۵. با توجه به این فرضیات، آزادی ادعا شده و قدرت کنترل نشده پول نامحتمل می‌شود. ساختارهای فرهنگی و اجتماعی با معرفی کنترل‌ها و محدودیت‌های عمیق بر جریان و نقدینگی پول‌ها، ناچاراً فرآیند پول‌سازی را محدود می‌کنند.

حتی تخمین مقدار پول نیازمند یک حسابداری اجتماعی است که فراتر از محاسبات صرفاً عقلانی بازار باشد. برای مثال، زیمل فرض کرد که پول در «مقادیر فوق‌العاده زیاد» می‌تواند از «ماهیت کمی خالی» خود فراتر رود: این پول «با امکانات خارق‌العاده‌ای که فراتر از قطعیت اعداد می‌روند، آمیخته می‌شود». با این حال، ظاهر عینی اعداد نه تنها توسط ثروت‌های بزرگ دور زده می‌شود؛ که مبالغ معمولی یا حتی کوچک پول نیز می‌توانند تمایز مشابهی کسب کنند. برای مثال، در کشورهای حقوق مدنی که اجازه جبران پولی برای غم از دست دادن یک فرزند در تصادف را می‌دهند، حقوق‌دانان از فرانک نمادین حمایت می‌کنند: مبلغی نمادین از پول به عنوان تنها معادل باوقار برای چنین ضرر احساسی خالصی تلقی می‌شود. یا محاسبه نمادین برخی هدایای خیریه را در نظر بگیرید؛ اهداکنندگان به صندوق سالانه «نیازمندترین موارد» نیویورک تایمز اغلب مبلغ هدیه خود را با یک اقتصاد احساسی شخصی‌شده انتخاب می‌کنند: مانند زوجی که تعداد سال‌های ازدواجشان (پنجاه و یک) را در هزینه مجوز ازدواجشان (۲ دلار) ضرب کردند، یا والدینی که با افزودن ۱ دلار برای هر یک از سی و سه سال زندگی دخترشان، ۱ دلار برای شانس خوب،

و ۱۰۰ دلار برای همگام شدن با تورم، به مبلغ ۱۳۴ دلار رسیدند. در دهه ۱۸۹۰، آمریکایی‌ها نیکل را به یک ارز اجتماعی متمایز تبدیل کردند؛ یک سکه پنج سنتی، همان‌طور که یک تاریخ‌نگار بیان می‌کند، نه تنها «هر چیزی را می‌خرید»، بلکه حتی زبان را شکل داد («ارزش یک نیکل»، «پرستار نیکل»، «ارزش یک نیکل سوراخ‌دار ندارد»، «کسی را نیکل و دایم کردن»، نیکلدئون).

مفهوم ارزهای متعدد ما را به قلمرو اصطلاح‌شناسی ظریفی می‌برد. برخی تحلیلگران ترجیح می‌دهند تنها زمانی یک شیء را پول بنامند که توسط دولت صادر شده و ارزش آن تعیین شده باشد. حتی در آنجا، باید به رسمیت بشناسیم که، همان‌طور که دیدیم، تنها در ایالات متحده انواع دولت‌ها اسکناس‌ها، سکه‌ها و تعداد بی‌شماری از دیگر وسایل پرداخت را صادر کرده‌اند. کسب‌وکارها و انواع دیگر سازمان‌های خصوصی یا عمومی نیز همین کار را کرده‌اند. علاوه بر این، خارج از قلمرو دولت‌ها، سازمان‌ها یا کسب‌وکارها، مردم بارها و بارها سه کار زیر را انجام می‌دهند: آن‌ها اشیاء انتخاب‌شده را به معادل ارزها تبدیل می‌کنند، مانند سیگار، تمبر پستی، ژتون مترو، ژتون‌های پوکر، یا کارت‌های بیسبال؛ آن‌ها نشانه‌های فیزیکی متمایزی مانند کارت‌های هدیه یا کوپن‌های غذا ایجاد می‌کنند؛ و آن‌ها ارزهای صادرشده توسط دولت را چنان شدید سازگار می‌کنند که به نظر می‌رسد منطقی باشد که این تغییرات را نیز پول بنامیم. من از این اصطلاح به این شکل استفاده خواهم کرد. این اشیاء ویژگی‌های فیزیکی مشترکی ندارند؛ آن‌ها به عنوان پول‌های متمایز شناخته می‌شوند به دلیل استفاده‌ها و معانی‌ای که مردم به آن‌ها نسبت می‌دهند، به دلیل تمایزاتی که در زندگی اجتماعی روزمره نمایندگی می‌کنند. پول‌های اجتماعی قطعاً شامل سکه‌ها و اسکناس‌های رسمی صادرشده می‌شوند، اما همچنین شامل همه اشیائی می‌شوند که ارزش مبادله‌ای شناخته‌شده و منظم در یک محیط اجتماعی یا دیگر دارند. من استدلال می‌کنم که نشانه‌گذاری پول‌های غیررسمی پدیده‌ای به همان اندازه قدرتمند است که خلق رسمی پول قانونی.

نشانه‌گذاری

این فرآیند نشانه‌گذاری اجتماعی چگونه کار می‌کند؟ به هر حال، همگنی فیزیکی ارزش مدرن غیرقابل‌انکار است. پس چگونه مردم بین پول‌هایی که به راحتی می‌توانند نامتمایز باقی بمانند، تمایز قائل می‌شوند؟ انسان‌شناسان بینش‌های جالبی درباره تمایز پول‌ها ارائه می‌دهند، اما تنها در مورد پول بدوی. برای مثال، مطالعات قوم‌نگاری نشان می‌دهند که در برخی جوامع بدوی، پول ویژگی‌های خاص و ارزش‌های متمایزی به دست می‌آورد که مستقل از کمیت است. مقدار پول کمتر از اینکه کدام پول باشد اهمیت دارد. ارزش‌های متعدد، یا «پول با هدف خاص»، به استفاده از اصطلاح کارل پولانی، گاهی در یک روستا همزیستی داشته‌اند، هر ارزش دارای استفاده مشخص و محدود (برای خرید تنها کالاها یا خدمات خاص)، شیوه‌های تخصیص و اشکال مبادله خاص، و گاهی کاربران تعیین‌شده بوده است. برای مثال، در جزیره راسل، یک جامعه سنتی کوچک در جنوب غربی اقیانوس آرام، سکه‌های با ارزش پایین‌تر به طور انحصاری برای زنان در نظر گرفته شده بودند. در یاپ، یکی از جزایر کارولین در غرب اقیانوس آرام، پوسته‌های صدف که روی رشته‌ها بسته شده بودند به عنوان پول زنان عمل می‌کردند، در حالی که مردان سنگ‌های بزرگ‌تر و مطلوب‌تر را در انحصار خود داشتند. حتی انسان‌های زنده گاهی به عنوان پول عمل کرده‌اند؛ اورلاندو پترسون اشاره می‌کند که در بسیاری از جهان باستان، افراد ثروتمند می‌توانستند برخی بدهی‌ها - قیمت عروس، خرید خانه، جبران خسارت و غیره - را با استفاده از بردگان، بر اساس مقیاس‌های ارزشی مشخص‌شده، پرداخت کنند.

همان‌طور که مثال بردگان نشان می‌دهد، پول‌های خاص اغلب از نظر اخلاقی یا آیینی رتبه‌بندی می‌شوند: برخی انواع پول ممکن است برای به دست آوردن غذا مناسب باشند اما نه برای خریدن همسر؛ پول‌های دیگر فقط برای هدایای تشییع جنازه یا هدایای ازدواج یا به عنوان پول خون مناسب هستند؛ برخی دیگر از پول‌ها صرفاً برای پرداخت خسارت بابت زنا یا توهین، دفن با مردگان، یا آیین‌های جادویی استفاده می‌شوند. در این زمینه، پول با «کیفیت نادرست» یا کیفیت پایین‌تر، حتی در مقادیر زیاد، بی‌فایده یا تحقیرآمیز است. این دسته‌بندی کیفی پول‌ها همچنین توسط توماس و زنانیتسکی در تحلیل آن‌ها

از فرهنگ سنتی دهقانان لهستانی مشاهده شد: «مبلغی که از فروش یک گاو به دست می‌آید از نظر کیفی با مبلغی که به عنوان جهیزیه دریافت می‌شود متفاوت است، و هر دو با مبلغی که از خارج به دست می‌آید متفاوت هستند». پول‌های مختلف به شیوه‌های متفاوتی استفاده می‌شدند و حتی جداگانه نگه داشته می‌شدند. در واقع، توماس و زنانیتسکی خاطرنشان کردند که یک دهقان که مبلغی را برای یک هدف مشخص کنار می‌گذاشت و سپس برای هزینه‌ای متفاوت به پول نیاز داشت، ترجیح می‌داد آن را «حتی تحت شرایط بسیار دشوار» قرض بگیرد، به جای اینکه به آن مبلغ دست بزند. این پول‌های خاص، که انسان‌شناس مری داگلاس به درستی آن‌ها را نوعی سیستم کوپن بدوی شناسایی کرده است، مبادله را با سهمیه‌بندی و محدود کردن تخصیص و استفاده از ارز کنترل می‌کنند. در این فرآیند، پول گاهی کارکردهای اقتصادی را با عمل به عنوان یک رسانه مبادله انجام می‌دهد، اما همچنین به عنوان یک «نشانه» اجتماعی و مقدس عمل می‌کند که برای به دست آوردن یا اصلاح جایگاه اجتماعی یا جشن گرفتن رویدادهای آیینی استفاده می‌شود. نکته این است که پول بدوی می‌تواند از «قابل‌تعویض به غیرقابل‌تعویض، از غیرمقدس به مقدس» تبدیل شود.

اما پول مدرن چه؟ تحت تأثیر مدل‌های اقتصادی، اکثر انسان‌شناسان یک دوگانگی شدید بین پول بدوی، محدود و «با هدف خاص» و پول مدرن «همه‌منظوره» ایجاد کرده‌اند که به عنوان یک ارز واحد، بدون بار آیین‌ها یا کنترل‌های اجتماعی، می‌تواند به طور مؤثری به عنوان یک رسانه مبادله جهانی عمل کند. به طور عجیب، وقتی صحبت از پول مدرن می‌شود، حتی انسان‌شناسان به نظر می‌رسد ابزارهای تحلیلی قدرتمند خود را کنار می‌گذارند. برای مثال، بیش از بیست و پنج سال پیش، مری داگلاس، در مقاله‌ای مهم، پیشنهاد کرد که پول مدرن ممکن است پس از همه، آن قدر آزاد و «بی‌محدود» نباشد.

با این حال، شواهد او گیج‌کننده و محدود است. داگلاس استدلال می‌کند که پول مدرن در دو موقعیت کنترل و سهمیه‌بندی می‌شود: در مبادلات بین‌المللی و در سطح کاملاً فردی و شخصی، جایی که «بسیاری از ما سعی می‌کنیم پول خود را بدوی کنیم ... با قرار دادن

محدودیت‌هایی در مبدأ، با نشانه‌گذاری ابزارهای پولی خاص برای اهداف خاص، با تنها دادن آزادی‌های محدود به خودمان یا همسرانمان در استفاده از پول».

واژه «بدوی کردن» این اعمال را غیرمعمول و شاید پس‌رونده می‌خواند. مطمئناً این محدودیت‌ها بیش از «عجایب» یا «تلاشی ناشیانه برای کنترل وضعیت بیش از حد سیال پول» هستند، همان‌طور که داگلاس پیشنهاد می‌کند. با این حال، داگلاس که به طور قابل‌توجهی نظریه فرهنگی مصرف را پیش برد، در تحلیل فرهنگی پول به اندازه کافی پیش نمی‌رود. به همین ترتیب، انسان‌شناس توماس کرامپ به وجود آنچه او «زیرسیستم‌های محدود» در جوامع مدرن می‌نامد اشاره می‌کند: حوزه‌های جداگانه مبادله با ارزهای خاص. اما تمرکز او عمدتاً بر تمایزات اقتصادی بین انواع پول‌هاست، مانند استفاده همزمان اما جداگانه از یک ارز ملی و یک ارز خارجی (معمولاً دلار) توسط یک کشور، استفاده انتخابی از پول نقد در مقابل پول «اسکریپچرال» برای برخی کالاها و خدمات، یا اقتصاد جداگانه کارت‌های اعتباری در مقابل پرداخت‌های نقدی.

تنها اخیراً انسان‌شناسان شروع به کنار گذاشتن این باور نادرست کرده‌اند که ارز مدرن از نظر فرهنگی خنثی است. مجموعه مقالات مهمی که توسط انسان‌شناسان جاناتان پری و موریس بلاک ویرایش شده، ناهمگونی پول را نشان می‌دهد و نشان می‌دهد که چگونه معانی نمادین متعدد پول مدرن توسط ماتریس فرهنگی شکل می‌گیرند. مطالعه پارکر شیپتون درباره پول نقد «با هدف خاص» در میان قوم لوو کنیا نیز گزارشی زنده از چگونگی نشانه‌گذاری انواع خاصی از پول قانونی توسط این جامعه کشاورزی شرق آفریقا ارائه می‌دهد - پولی که از طریق یک سود غیرمنتظره یا از فروش کالاهای خاصی مانند زمین، طلا، تنباکو یا خروس خانگی به دست آمده - به عنوان «پول تلخ» و محدود کردن استفاده‌های آن. برای مثال، لووها معتقدند اگر پولی که از فروش زمین به دست آمده برای خرید دام خرج شود، حیوانات خواهند مرد؛ یا اگر پول تنباکو در پرداخت مهریه عروس استفاده شود، عروس در آتش و دود خواهد مرد. اما از آنجا که چنین مواردی به جوامع خارج از مراکز سرمایه‌داری محدود می‌شود، نمی‌توانند به طور کامل فرضیات تثبیت‌شده را به چالش بکشند.

«انسان‌شناس شناختی» جین لائو به تحلیل این کتاب نزدیک‌تر می‌شود؛ بررسی او از شیوه‌های روزمره حسابداری - که سی و پنج مرد و زن در اورنج کانتی، کالیفرنیا را در محیط‌های مختلف، مانند خرید مواد غذایی، دنبال کرد و شیوه‌های مدیریت پول خانگی آن‌ها را بررسی کرد - بی‌فایده بودن تمایز بین پول‌های خاص بدوی و پول قانونی عمومی را تأیید کرد. پاسخ‌دهندگان لائو درآمد خانواده را به عنوان یک «مجموعه عمومی از وجوه خانواده (مانند یک ریاضی عمومی)، که برای همه اهداف ممکن استفاده می‌شود» در نظر نگرفتند، بلکه وجوه خود را به «ذخایر» متمایز تقسیم‌بندی کردند که «روابط اجتماعی و دسته‌بندی فعالیت‌هایی را که مردم زندگی خود را در آن سازمان‌دهی می‌کردند، بازتاب می‌داد و همچنین از آن‌ها حمایت می‌کرد». لائو نتیجه می‌گیرد که پول «به گونه‌ای استفاده می‌شود که دسته‌بندی‌های اخلاقی و روابط خانوادگی را حفظ کند و همچنین آن‌ها را بیان کند».

گام آشکار بعدی این است که این یافته‌های جذاب را به شبکه روابط اجتماعی که مردم در آن درگیر هستند متصل کنیم. یک مدل کاملاً جامع‌شناختی از پول باید نشان دهد که چگونه، تا چه حد و چرا، حتی در قلب سرمایه‌داری، شبکه‌های مختلف روابط اجتماعی و سیستم‌های معنا، پول مدرن را نشانه‌گذاری می‌کنند و کنترل‌ها، محدودیت‌ها و تمایزاتی را معرفی می‌کنند که به اندازه سهمیه‌بندی پول بدوی تأثیرگذار هستند. پول‌های متعدد در جهان مدرن ممکن است به اندازه صدف‌ها، سکه‌ها، میله‌های برنجی یا سنگ‌های جوامع بدوی به طور قابل‌مشاهده قابل‌شناسایی نباشند، اما مرزهای نامرئی آن‌ها به همان خوبی عمل می‌کنند. برای مثال، چگونه رشوه را از خراج یا کمک مالی، دستمزد را از حق‌الزحمه، یا کمک‌هزینه را از حقوق متمایز می‌کنیم؟ چگونه باج، پاداش‌ها، انعام‌ها، خسارات یا جوایز را شناسایی می‌کنیم؟ درست است که تفاوت‌های کمی بین این پرداخت‌های مختلف وجود دارد. اما مطمئناً واژگان خاص بیش از مقادیر مختلف را منتقل می‌کنند. بدون تمایزات کیفی، دنیای پول غیرقابل‌فهم می‌شود.

ممکن است کسی استدلال کند که نشانه‌گذاری پول یک پدیده فردی است. در واقع، در روان‌شناسی، مطالعات جدید اکنون این تصور را که پول از نظر روان‌شناختی عمومی است

رد می‌کنند و در عوض معتقدند که پول شامل «نمادسازی‌های متعدد» است. ادبیات هیجان‌انگیزی درباره «حسابداری ذهنی» فرض اقتصاددانان درباره قابلیت تعویض را به چالش می‌کشد و نشان می‌دهد که افراد چگونه بین انواع پول تمایز قائل می‌شوند. برای مثال، آن‌ها درآمد غیرمنتظره را بسیار متفاوت از پاداش یا ارثیه، حتی زمانی که مبالغ یکسان باشند، رفتار می‌کنند. دانشمند علوم سیاسی رابرت ای. لین همچنین مجموعه گسترده‌ای از روش‌هایی را که آمریکایی‌ها پول را به عنوان متغیر و نمادی معنادار از احساسات نگرشی مانند ناکافی بودن شخصی، از دست دادن کنترل، شکست شرم‌آور، امنیت یا نیاز به تأیید اجتماعی می‌دانند، مستند کرده است. با این حال، پول مدرن بیش از ترجیحات تصادفی فردی نشانه‌گذاری می‌شود. همان‌طور که مارسل موس در سال ۱۹۱۴ مشاهده کرد، پول «ذاتاً یک واقعیت اجتماعی است». بنابراین، نشانه‌گذاری پول یک فرآیند اجتماعی است: پول به انواع روابط اجتماعی متصل می‌شود، نه به افراد.

چگونه و چه زمانی مردم ارزشها را خلق می‌کنند؟

پس چگونه تفاوت‌ها بین پول‌ها ایجاد می‌شوند؟ اگرچه هر موقعیت یا رابطه اجتماعی تا حدی پول را شکل می‌دهد، مردم چه زمانی تلاش‌های به‌خصوص شدید، قابل‌مشاهده و پایداری برای کنترل پول‌ها انجام می‌دهند؟ و چگونه، به طور خاص، تفاوت‌ها بین پول‌ها را نشانه‌گذاری می‌کنند؟ همان‌طور که این کتاب نشان خواهد داد، مردم به‌ویژه کنترل‌های پیچیده‌ای بر پول اعمال می‌کنند و نشانه‌گذاری‌های متفاوتی را زمانی و مکانی ایجاد می‌کنند که در تعاملات اجتماعی ظریف یا دشوار درگیر هستند. در اینجا چند نمونه برجسته آورده شده است:

تعامل اجتماعی	پول‌های نشانه‌گذاری شده
ایجاد یا انحلال پیوندهای اجتماعی	هزینه‌های خواستگاری، پرداخت‌های حمایت از کودک، نفقه
تلاش‌های قوی برای کنترل دیگران	رشوه‌ها، ارزش‌های ژتونی در مؤسسات کیفری یا روانی، وصیت‌نامه‌های محدود در زمان مرگ
ایجاد یا حفظ نابرابری	پرداخت‌های رفاهی برای فقرا، پول برای کودکان، «پول سنجاق» زنان
حفظ تمایزات ظریف جایگاه	انعام به پستی‌ها یا پرستاران
مواجهه با ریسک و عدم اطمینان	کمک‌های پولی برای تضمین مداخله الهی یا جادویی
مدیریت صمیمیت	وام‌ها یا هدایای پولی به دوستان یا خویشاوندان؛ پرداخت‌ها به شرکای جنسی؛ جبران پولی قانونی برای خسارات اخلاقی یا احساسی
ایجاد یا مدیریت هویت فردی یا گروهی	کمک‌ها به علل یا سازمان‌ها بر اساس نژاد، قومیت، جنسیت یا گرایش جنسی؛ کمک‌ها به سازمان‌های مذهبی؛ وصیت‌نامه‌های نام‌گذاری شده توسط اهداکنندگان به دانشگاه‌ها
نشانه‌گذاری آیین‌های گذار	هزینه‌ها، هدایا، کمک‌ها در عروسی‌ها، مراسم تشییع جنازه، غسل تعمید، بار میتسوا
ایجاد یا حفظ شرف	پول خون
مدیریت تعارضات غیرقابل قبول منافع	پرداخت‌ها برای زایمان یا والدگری - هزینه‌های مادر جایگزین، پرداخت‌های بازار سیاه، هزینه‌های فرزندخواندگی، پرداخت‌های هیئت به والدین پرورشی؛ پرداخت‌ها برای اعضای بدن یا خون
حفظ روابط اجتماعی مخفی	باج‌گیری، پرداخت‌های قاچاق مواد مخدر، پرداخت‌ها به جاسوسان، پرداخت‌ها به معشوقه

در هر یک از این موارد، مردم انواع متمایزی از پول‌ها را خلق می‌کنند. برای مثال، «پول سنجاق» همسر را در نظر بگیرید. همان‌طور که در بحث درباره ارزش‌های خانگی خواهیم دید،

خانوارهای سنتی وجوه یک زن خانه‌دار را به عنوان نوع بسیار متفاوتی از پول نسبت به کمک‌هزینه کودک یا پول شخصی شوهر تعیین می‌کنند. این پول به طور متفاوتی استفاده می‌شود، به شیوه‌های خاصی تخصیص می‌یابد و مقدار آن با محاسباتی خاص به جنسیت و همچنین طبقه تعیین می‌شود.

نمونه‌های تعاملات اجتماعی متمایز و پول‌های نشانه‌گذاری شده که در اینجا فهرست شده‌اند، خارج از حوزه بازار قرار دارند، اما هر یک معادلی در میان معاملات استاندارد بازار پیدا می‌کند. نشانه‌گذاری به‌ویژه در دستمزدها به وضوح نشان داده می‌شود. برای مثال، «دستمزد زنان» از نظر تاریخی نوع بسیار متفاوتی از پرداخت نسبت به «دستمزد مردان» بوده است. همان‌طور که آلیس کسلر-هریس به طور قانع‌کننده‌ای مستند کرده است، دستمزد زنان در اوایل قرن بیستم تنها بر اساس کارایی یا بهره‌وری آن‌ها تعیین نمی‌شد، بلکه همچنین بر اساس عرف یا سنت، به‌ویژه باورهای درباره اینکه زنان به چه میزان درآمد نیاز دارند، تعیین می‌شد. به‌ویژه با گسترش ایده‌آل «دستمزد خانوادگی» - درآمدی که توسط مرد به دست می‌آید و به اندازه کافی برای حمایت از همسر و فرزندانش بزرگ است - دستمزد زنان به عنوان درآمد مکمل یا نسخه‌ای کسب‌شده از «پول سنجاق» خانگی تعریف شد. کسلر-هریس پیشنهاد می‌کند که درآمد زنان «به همان معنایی که دستمزد مردان یک 'دستمزد' است، نبود». در واقع، تعیین دستمزد زنان اغلب شامل معضلات اخلاقی ظریفی بود؛ برای مثال، دستمزدهای بالا ممکن بود به طور خطرناکی استقلال یک زن از خانواده‌اش را تشویق کند، اما دستمزدهای بیش از حد پایین ممکن بود زنان جوان را به سمت روسپی‌گری سوق دهد. بنابراین، دستمزدها یا به طور کلی‌تر پول‌های بازار از فرآیند نشانه‌گذاری مستثنی نیستند. هیچ اقتصاد دستمزد «آزادی» که صرفاً توسط عرضه و تقاضا تعیین شود وجود ندارد، بلکه یک سیستم بسیار متمایز از دستمزدها یا حقوق‌ها وجود دارد که نه تنها توسط جنسیت بلکه توسط عوامل دیگری مانند سن، نژاد و قومیت شکل می‌گیرد.

حتی زمانی که مبالغ به دست‌آمده ممکن است قابل‌مقایسه باشند، سیستم‌های مختلف پرداخت، اشکال معادل درآمدی نیستند؛ برای مثال، دستمزدها از کمیسیون‌ها متفاوت

هستند، همان‌طور که پاداش کریسمس از افزایش حقوق بر اساس شایستگی یا انگیزه متفاوت است. علاوه بر این، اشکال و مقدار پرداخت اغلب ارزش نمادین قابل‌توجهی دارند، مانند مورد یک نماینده بیمه که پاداشی تبلیغ‌شده برای بیشترین فروش دریافت می‌کند، یا برعکس، مدیری که در پایان سال وقتی هیچ پاداشی دریافت نمی‌کند، نشانه‌های اخراج را می‌بیند. انواع پرداخت همچنین در درجه‌کنترلی که بر خودمختاری کارگر اعمال می‌کنند متفاوت هستند: برای مثال، پرداخت بر اساس نتیجه محدودکننده‌تر از پرداخت بر اساس زمان است. و خود زمان‌بندی نیز مهم است: پرداخت دستمزد به صورت روزانه یا هفتگی نوع متفاوتی از درآمد نسبت به حقوق ماهانه یا دوسالانه است. همان‌طور که در مورد ارزش‌های غیربازاری، هر یک از این موارد روش‌های متمایزی برای نشانه‌گذاری پول را بازتاب می‌دهد: برای مثال، پرداخت به روش‌های خاص، محدود کردن استفاده‌ها، یا تعیین مقدار مناسب پرداخت‌ها برای گیرندگان مشخص‌شده.

فرآیند نشانه‌گذاری پول‌ها - چه بازاری و چه غیربازاری - نه تنها پیچیده و مداوم است، بلکه اغلب بسیار مورد مناقشه است. اختلافات زمانی به وجود می‌آیند که طرف‌های یک تعامل درک‌های متضادی از رابطه داشته باشند، وقتی ارزش‌هایشان با هم تعارض داشته باشد یا منافع متضادی را دنبال کنند، یا حتی وقتی تکنیک‌های متفاوتی برای نشانه‌گذاری اتخاذ کرده باشند، به‌ویژه زمانی که تکنیک‌های ترجیحی یک طرف برای طرف دیگر معنای متفاوتی و نامطلوبی داشته باشد. برای مثال، پول‌های تشییع جنازه - پولی که برای پرداخت هزینه یک مراسم تشییع باوقار برای یک عزیز نشانه‌گذاری شده است - نشان می‌دهد که چگونه تعارضات زمانی به وجود می‌آیند که پول برای مقابله با موقعیت‌های اجتماعی دشوار نشانه‌گذاری می‌شود. این پول‌ها - که در فصل ششم به تفصیل بحث شده‌اند - به طور مداوم توسط فقرا به عنوان یک هزینه مقدس نشانه‌گذاری شده‌اند، اغلب مقدم بر سایر نیازها قرار گرفته‌اند. پول مرگ بود، و هنوز هم هست، به وضوح متمایز از پول اجاره، پول غذا یا پول لباس. برای فقرا، دفن به شکل فقیرانه به عنوان غایی‌ترین تحقیر شخصی و اجتماعی به نظر می‌رسد. این توضیح می‌دهد که چرا از اواخر قرن نوزدهم، گاهی اوقات مأموران بیمه صنعتی پیش از صاحبخانه پرداخت شده‌اند. با این حال، برای ناظران طبقه

متوسط، پول‌های تشییع جنازه معمولاً به عنوان شکلی غیرعقلانی از مصرف‌گرایی به نظر می‌رسیده‌اند. اما تلاش‌های آن‌ها برای انتقال سکه‌ها یا دلارهای مردم فقیر از بیمه به هزینه‌ای «عقلانی‌تر» یا به بانک‌های پس‌انداز، به طور معروف شکست خورده است.

آیا این بدان معناست که افراد مرفه پول مرگ را نشانه‌گذاری نمی‌کنند؟ افرادی که از کابوس دفن شهرستانی در امان هستند، ممکن است پول تشییع جنازه را کنار نگذارند، اما همچنان پول مرگ را از سایر درآمدها یا هزینه‌های روزمره متمایز می‌کنند. مطمئناً، چانه‌زنی یا مقایسه قیمت برای هزینه‌های نهایی، مانند مراسم تشییع جنازه، هرچند منطقی، غیرمقدس تلقی می‌شود، و حتی مذاکره درباره هزینه کشیش مراسم معمولاً شامل کار اجتماعی ظریفی بوده است. پول‌های مرگ اغلب برای بزرگداشت متوفی با اهدای کمک‌های ویژه به خیریه مورد علاقه او نشانه‌گذاری می‌شوند. پول‌هایی که از مرگ یک عزیز به دست می‌آیند نیز به طور متفاوتی رفتار می‌شوند. در دعاوی مرگ غیرقانونی کودک، به عنوان یک مثال، شاکیان طبقه متوسط تمایل دارند جایزه پولی را با اهدای آن به خیریه، سازمان‌های ایمنی، یا بورسیه برای کودکان فقیر، آیینی کنند. حتی عواید بیمه عمر نیز از سایر درآمدها، مانند پرداخت‌های تأمین اجتماعی، جدا می‌شوند. بیهوش‌ها بیشتر احتمال دارد از درآمد تأمین اجتماعی برای هزینه‌های زندگی روزمره استفاده کنند، در حالی که عواید بیمه عمر را نه تنها برای هزینه‌های نهایی بلکه به عنوان یک «لانه تخم» برای حفظ یا خرج کردن برای خریدهای بزرگ غیرروزمره، مانند تعمیر خانه یا تحصیل فرزند، نشانه‌گذاری می‌کنند.

پول‌های متعدد چگونه متمایز می‌شوند؟ مردم چگونه، به طور ملموس، پول مرگ را از پول اجاره، یا پول سرمایه‌گذاری را از پول هدیه جدا می‌کنند؟ همان‌طور که این کتاب نشان خواهد داد، تکنیک‌های مختلفی وجود دارد، مانند محدود کردن استفاده‌های پول، تنظیم شیوه‌های تخصیص، ابداع آیین‌هایی برای ارائه آن، تغییر ظاهر فیزیکی آن، تعیین مکان‌های جداگانه برای پول‌های خاص، نسبت دادن معانی خاص به مقادیر خاص، تعیین کاربران مناسب برای مدیریت پول‌های مشخص‌شده، و نشانه‌گذاری منابع مناسب پول برای استفاده‌های مشخص‌شده. در واقع، عمل استاندارد بودجه‌بندی یک مورد خاص از

نشانه‌گذاری را تشکیل می‌دهد: تقسیم وجوه در دسترس یک سازمان، دولت، فرد یا خانوار به دسته‌های متمایز، که هر یک قوانین هزینه خاص خود را دارند.

پدیده نشانه‌گذاری محدود به استفاده مردم از پول صادرشده توسط دولت نیست، بلکه همچنین به سایر اشیاء، از توکن‌ها و کاغذهای تجاری گرفته تا اشیاء هنری، و حتی شامل دستور پخت‌های آشپزخانه یا جوک‌ها - در واقع هر چیزی که از نظر اجتماعی قابل‌مبادله باشد - نیز اعمال می‌شود. اما مسئله اینجا این است که نشان دهیم دقیقاً جایی که مفسران مدرنیته بیشترین غیرشخصی‌سازی زندگی را می‌بینند، در گردش ارز دولتی، مردم همیشه تمایزات، تردیدها و دستورالعمل‌هایی را معرفی می‌کنند که همه محاسبات ابزاری را به چالش می‌کشند.

برنامه کتاب

برای آزمودن این استدلال، این کتاب تحولات اساسی در نشانه‌گذاری پول در ایالات متحده بین دهه‌های ۱۸۷۰ و ۱۹۳۰ را بررسی می‌کند. تمرکز آن بر خلق سه نوع پول در حال تغییر و مورد مناقشه خواهد بود: پول خانگی، هدیه و خیریه. اعضای خانواده چگونه اشکال مختلف درآمد خانگی خود را تعریف و استفاده می‌کردند؟ اگر پول به عنوان هدیه می‌آمد چه؟ وقتی مقامات در فرآیند نشانه‌گذاری خانگی مداخله می‌کردند چه اتفاقی می‌افتاد؟ دوره بین دهه‌های ۱۸۷۰ و ۱۹۳۰ یک چارچوب زمانی استراتژیک فراهم می‌کند. نشانه‌گذاری پول‌ها یک فرآیند مداوم است که پیش از آن دوره وجود داشته و پس از آن نیز به تغییر ادامه داده است. اما تمرکز بر آن سال‌ها از نظر تاریخی منطقی است. گسترش اقتصاد پس از جنگ داخلی و افزایش درآمد سرانه واقعی و همچنین فرهنگ و اقتصاد رو به مصرف‌گرایی، به آمریکایی‌ها ابزار و انگیزه‌هایی برای تمایز پول‌هایشان داد. به عنوان مثال، به دلارهای ۱۹۱۴، کارگر شاغل متوسط در سال ۱۸۷۰، ۳۷۵ دلار درآمد داشت و در سال ۱۹۳۰، ۸۳۴ دلار، که به این معناست که دستمزدهای واقعی در طول شصت سال بیش از دو برابر شد.

در همین حال، دنیای کالاها و خدمات در دسترس برای خرید چند برابر شد. مجموعه‌ای از کالاهای مفید، زیبا و سرگرم‌کننده زندگی خریداران را تغییر داد. این کالاها برای تخیل و جیب آمریکایی‌ها رقابت می‌کردند، از اتومبیل‌ها، اثاثیه منزل، لوازم برقی، رادیوها و پیانوهای گرفته تا لباس‌های آماده، جواهرات، جوراب‌ها، سیگارها، آرایشگاه‌های زیبایی، عطر، لوازم آرایشی و دهان‌شویه، و همچنین تعطیلات تابستانی، سالن‌ها، پارک‌های تفریحی، نمایش‌های وودویل، فیلم‌ها و ورزش‌ها. تولید انبوه و توزیع حداقل برخی از گزینه‌ها را برای مشتریان با درآمد پایین‌تر در دسترس قرار داد. مخارج عمومی مصرف‌کننده بین سال‌های ۱۹۰۰ و ۱۹۲۹ پنج برابر شد، با برخی اقلام اختیاری مانند آلات موسیقی و اقلام بهداشتی که ده تا دوازده برابر افزایش یافت.

اما کسب درآمد بیشتر و خرج کردن آن نه تنها نیازمند حسابداری ماهرانه بود، بلکه مجموعه جدیدی از معضلات غیراقتصادی گیج‌کننده و اغلب بحث‌برانگیز را نیز به وجود آورد. از ابتدا، کارشناسان مصرف بین اصل آزادی مصرف و مشکل مصرف‌کنندگان ناکارآمد گرفتار بودند. خرج کردن پول به خوبی به چه معناست؟ چه کسی مصرف‌کننده‌ای شایسته بود؟ انتخاب‌های مصرف‌کنندگان تا چه حد باید «آزاد» باشد؟ هیزل کیرک، اقتصاددان مصرف برجسته، در سال ۱۹۲۳ اعلام کرد که مشکل مصرف «در اساس یک مشکل انتخاب است، انتخاب بین ارزش‌ها». و سلی سی. میچل، اقتصاددان، در مقاله خود در سال ۱۹۱۲ با عنوان «هنر عقب‌مانده خرج کردن پول» نوشت که خرج کردن پول آسان است، اما «خرج کردن آن به خوبی دشوار است». یک زن خانه‌دار، که مسئول رفاه خانواده‌اش است، چگونه می‌تواند مقایسه‌های عینی بین «رضایت‌های مختلفی که می‌تواند با ده دلار به دست آورد - توجه به دندان‌های کودک، هدیه تولد برای شوهرش، دو روز در یک آسایشگاه برای خودش» انجام دهد؟ با این حال، این انتخاب‌ها بسیار مهم بودند. کیرک تأکید کرد که رفاه خانواده حداقل تا حدی به توزیع عادلانه درآمد خانواده بستگی دارد. خرج کردن مناسب، خرج کردن متمایز بود؛ خرج کردن مؤثر نیازمند نشانه‌گذاری بود.

مصرف‌گرایی حتی پس‌انداز را بازتعریف کرد. بنجامین آر. اندروز، استاد اقتصاد خانگی در کالج معلمان دانشگاه کلمبیا و نویسنده‌ای شناخته‌شده، خاطرنشان کرد که «انجیل جدید

پس‌انداز» این بود که خانواده باید «برای خرج کردن پس‌انداز کند»، پس‌اندازها را برای خریدهای ارزشمند خاصی مانند خرید خانه، تحصیل فرزند، پیانو، ماشین، هزینه‌های هدیه تعطیلات، یا حتی «برای آوردن خویشاوندان از اروپا به آمریکا» نشانه‌گذاری کند. بنابراین، انتخاب‌های «عاقلانه» در هسته جامعه مصرفی جدید آمریکا قرار داشت.

آمریکایی‌ها در جستجوی پاسخ‌های درست، به شیوه‌ای بی‌سابقه درباره مسائل پولی نوشتند و مطالعه کردند. برای مثال، از دهه ۱۸۷۰، مطالعات بودجه خانگی به طور غنی نحوه خرج کردن پول توسط طبقه کارگر، طبقه متوسط پایین و مهاجران را مستند کردند. و در مقالات «اعترافی» ناشناس («چگونه با ۱۰۰۰ دلار در سال یا کمتر زندگی می‌کنیم») که در مجلات محبوب منتشر می‌شد، آمریکایی‌های طبقه متوسط بودجه‌های خانگی خود را افشا کردند و خرج کردن پول را به یک مسئله عمومی تبدیل کردند. کارشناسان مصرف شیوه‌های نشانه‌گذاری عمومی را هدایت کردند، در حالی که تبلیغ‌کنندگان ادعاهای خود را برای پول مردم مطرح کردند. تا دهه ۱۹۲۰، جنبش اقتصاد خانگی در حال شکوفایی بود؛ کتاب‌های درسی مدیریت خانه، رساله‌های اقتصاد خانواده، دوره‌های مالی خانگی، و حتی ستون‌های مشاوره مجلات زنان در آموزش مصرف شایسته تخصص داشتند و به دنبال سیستمی عقلانی برای نشانه‌گذاری پول‌ها بودند.

مدیریت مدرن پول همچنین برای آمریکایی‌سازی صحیح مهاجران خدمت می‌کرد. کتاب‌های راهنمای آموزش شهروندی پر از درس‌هایی درباره خرید، بانکداری، انتقال پول و بودجه‌بندی ماهرانه بود. تمرین‌های زبان معمولی مهارت‌های حسابداری تازه‌واردان را توسعه می‌داد، زیرا از دانش‌آموزان خواسته می‌شد با عباراتی مانند «هفته آینده اجاره را پرداخت می‌کنم. دو تن زغال سنگ می‌خرم. صورت حساب شیر چقدر خواهد بود؟» یا جملاتی با استفاده از کلمات کلیدی مانند «هزینه خواهد داشت»، «پرداخت شده»، «گران» یا «صورت حساب» تمرین کنند. مهاجران همچنین به دقت در اصول نشانه‌گذاری آموزش داده می‌شدند. یک متن می‌پرسید: «آیا می‌دانید چه بخشی از درآمدتان برای لباس، برای تفریح، برای غذا صرف می‌شود، یا حدس می‌زنید؟ آیا مطمئن هستید که برای یک چیز بیش از حد خرج نمی‌کنید به قیمت چیز دیگری؟» بنابراین، به طور پارادوکسیکال، همان

دولتی که نگران استانداردسازی و یکنواختسازی ارز ملی خود بود، به شهروندان جدید خود با دقت ضرورت تمایز پول‌ها را آموزش می‌داد.

مطالعات بودجه خود صرفاً فهرست‌های اقتصادی نبودند، بلکه، همان‌طور که تاریخ‌نگار دانیل هوروویتز آن را بیان می‌کند، «نمایش‌های اخلاقی» بودند که اهمیت اخلاقی انتخاب‌های مصرف را دراماتیزه می‌کردند و مرزهایی بین هزینه‌های مشروع و نامشروع ترسیم می‌کردند. پیچیدگی‌های رو به رشد نشانه‌گذاری پول‌ها در «انفجار» دسته‌بندی‌ها و اقلام بودجه در دهه‌های اول قرن بیستم منعکس شد. در کنار اقلام بودجه‌ای معمول، اکنون عناوین جدیدی مانند «کمک‌هزینه کودکان، گل‌ها، پست بسته، وعده‌های غذایی خارج از خانه، تمبر پستی، سود بدهی، لوازم تحریر، مالیات‌ها، تلگرام‌ها و مراقبت از چمن» ظاهر شد. این صرفاً پیچیدگی‌های ناشی از ثروت نبود. هوروویتز نشان می‌دهد که چگونه یک بررسی عمده از بودجه‌های خانگی طبقه کارگر که در سال‌های ۱۹۱۸-۱۹۱۹ انجام شد، تنوع قابل‌توجهی در هزینه‌های «متفرقه» یافت؛ در حالی که گزارش سال ۱۸۷۵ نشان داده بود که چنین وجوهی بیشتر برای روزنامه‌ها و زندگی سازمانی خرج می‌شد، تا سال ۱۹۱۸، پول‌ها بین «بیمه عمر، کلیسا، اهداف میهن‌پرستانه، هدایا، کرایه تراموا، فیلم‌ها، روزنامه‌ها، تمبر پستی، پزشک، دارو، تنباکو، لباس‌شویی ارسالی، مواد شوینده، لوازم بهداشتی و آرایشی» و آرایشگر» تقسیم شده بود.

بنابراین، تمایز اجتماعی پول‌ها به یک برنامه حیاتی برای آمریکایی‌ها تبدیل شد. افزایش استفاده از پول در خانوارها، مبادلات هدیه و خیریه‌ها، معضلات به‌ویژه ظریف و مورد مناقشه‌ای را به وجود آورد. چه نوع پولی باید در خانه، به عنوان هدیه برای نزدیکان، یا به عنوان کمک به یک غریبه نیازمند در گردش باشد؟ مشارکت فزاینده خانوارها در تمایز هزینه‌ها، مفاهیم سنتی صمیمیت، خانگی بودن و کنترل اجتماعی را به چالش کشید. نتیجه نه تنها عدم اطمینان، اختلاف و آزمایش در داخل خانوارها بود، بلکه بحث عمومی و مذاکره زمان‌بر درباره اشکال مناسب نشانه‌گذاری نیز به دنبال داشت. آمریکایی‌ها که هویت و شایستگی شخصی خود را به طور فزاینده‌ای از طریق خرج کردن تعریف می‌کردند، درگیر اشکال جدید و دشوار تلاش اجتماعی بودند. همان‌طور که خانوارها به واحدهای

حیاتی برای هزینه و نمایش تبدیل شدند، نشانه‌گذاری مناسب پول به نشانه‌ای از شایستگی اجتماعی تبدیل شد.

فصل دوم پول خانگی بحث‌برانگیز را بررسی می‌کند. مردم چگونه پول را با روابط صمیمی خویشاوندی سازگار کردند؟ پول در خانواده چگونه باید تخصیص یابد؟ برای مثال، خانواده‌ها چگونه تعیین می‌کردند که درآمد منظم یا درآمد اضافی آن‌ها چگونه استفاده شود - چقدر برای پس‌انداز، چقدر برای خیریه، چقدر برای اوقات فراغت خرج شود؟ و مهم‌تر از همه، کدام اعضای خانواده حق یا شایستگی کنترل، مدیریت و خرج کردن وجوه خانواده را داشتند؟ تا چه حد دستمزد شوهر یا درآمد همسر یا فرزندان یک دارایی جمعی بود؟ چقدر می‌توانستند برای خودشان نگه دارند؟ تعریف، تخصیص و استفاده از پول‌های خانگی همیشه یک فرآیند توافقی نبود، زیرا شوهران، همسران و فرزندان برای تقسیم وجوه خانواده اغلب به روش‌های متضادی تلاش می‌کردند. این فصل بر مشکل‌سازترین، ظریف‌ترین و مورد بحث‌ترین ارز خانگی - درآمد زن خانه‌دار - تمرکز دارد و تحول آن را دنبال می‌کند، زیرا زنان به متخصص مصرف خانواده تبدیل شدند.

فصل سوم به هدایای پولی می‌پردازد. روابط اجتماعی خویشاوندی و دوستی نیز پول را به یک هدیه احساسی تبدیل کردند. چه چیزی یک هدیه را از یک پرداخت معمولی برای خدمات متمایز می‌کرد؟ و مردم چگونه بین انواع هدایای پولی تمایز قائل می‌شدند: ژتون‌های آیینی، هدایای احساسی، حواله‌ها؟ آیا انعام یک هدیه بود یا یک پرداخت؟ پاداش‌های کریسمس چطور؟ مردان و زنان چگونه بین هدایای خواستگاری تمایز قائل می‌شدند؛ چه نوع انتقال‌هایی خواستگاری را از ازدواج یا روسپی‌گری متمایز می‌کرد؟

فصول چهارم، پنجم و ششم خلق رسمی پول خیریه را بررسی می‌کنند. آن‌ها تحلیل سه فصل اول را با نشان دادن تعامل مقامات دولتی، اقتصادهای خانگی و انتقال‌های هدیه

گسترش می‌دهند. این بحث مسئله عمومی را مطرح می‌کند که وقتی دولت عمداً برای شکستن یکنواختی پول با ایجاد تمایزات قابل‌مشاهده بین انواع پول، مانند کوپن‌های سهمیه‌بندی، اسکرپ یا اوراق پس‌انداز، اقدام می‌کند، چه اتفاقی می‌افتد. روایت من بر تعارض مداوم بین کمک نقدی و کمک غیرنقدی در سیاست رفاه اجتماعی آمریکا تمرکز دارد. چرا آژانس‌های دولتی و خیریه‌های خصوصی در برابر اعطای حمایت پولی نامحدود به خانوارها و افراد فقیر مقاومت کردند؟ کمک نقدی چه نوع پولی بود؟ گیرندگان فقیر چگونه آن را بازتعریف کردند؟ آژانس‌ها و مشتریان‌شان درباره کدام ویژگی‌های کمک خیریه بیشترین اختلاف‌نظر را داشتند؟

مطمئناً دنیای اجتماعی پول‌ها فراتر از آستانه خانوارها و خیریه‌ها گسترش می‌یابد. پس چرا این سه حوزه را انتخاب کنیم؟ چرا، برای مثال، ساخت اجتماعی پول بازار را بررسی نکنیم و اقتصاددانان را در زمین خودشان به چالش نکشیم؟ این کار قطعاً ارزش انجام دادن دارد. اما من حوزه‌های حیاتی را انتخاب کرده‌ام که، طبق دوگانگی سنتی بین بازار و روابط شخصی، یا پول اصلاً نباید وارد می‌شد یا باید منجر به عقلانی‌سازی، مسطح کردن روابط شخصی و اجتماعی و کالایی‌سازی احساسات در خانواده، دوستی، خیریه و مرگ می‌شد. این کتاب در عوض تلاش خواهد کرد نشان دهد که سرکوب قدرت فعال و خلاق روابط اجتماعی که ظاهراً آسیب‌پذیر هستند، بسیار دشوار است.

برای باز کردن استفاده‌ها و معانی مختلف پول، این کتاب از منابعی متنوع مانند پرونده‌های قضایی، کتاب‌های آداب معاشرت، دستورالعمل‌ها برای کارگران خیریه، گزارش‌های سالانه سازمان‌های خیریه، راهنماها و خاطرات مهاجران، مطالعات بودجه خانگی، رمان‌ها، نمایشنامه‌ها، نمایش‌های وودویل، مجلات عمومی، روزنامه‌ها و مجلات زنان - شامل مقالات ویژه، داستان‌ها، نامه‌ها به سردبیر، ستون‌های مشاوره - کتاب‌های درسی اقتصاد مصرف و اقتصاد خانگی، راهنماهای خانگی محبوب و تبلیغات استفاده می‌کند. کاوش در درک‌ها و استفاده‌های در حال تغییر مردم از پول در حالی که روابط اجتماعی متعدد، متغیر

و مورد مناقشه خود را مدیریت می‌کنند، ما را وادار می‌کند به دقت به اظهارات داوران اجتماعی مانند نویسندگان آداب معاشرت و مجلات، مددکاران اجتماعی یا مقامات قانونی گوش دهیم. همچنین ما را، تا جایی که شواهد اجازه می‌دهد، به شیوه‌های روزمره مردم می‌برد. چالش این است که نمادگرایی در حال تغییر پول را با استفاده‌های متنوع، پیچیده و اغلب شگفت‌انگیز مردم از پول‌هایشان ادغام کنیم.

فصل دوم: تولید خانگی پول‌ها

نل: تو هیچ‌وقت با مادر درباره پول منصف نبودی. تو همه چیز داشتی - بازی‌های پوکر، سیگارهایت، سفرهای ماهیگیری تعطیلات! ... و به همین خاطر است که از تو می‌خواهم به او یک حقوق مشخص بدهی، به جای اینکه مجبورش کنی برای هر پنی که می‌گیرد مثل یک گدا به تو التماس کند.

هیوگی: اکثر همسران باید از شوهرانشان پول بخواهند، و من متوجه شدم که زیاد هم لکنت زبان ندارند.

نل: هیچ همسری در دنیا نیست که ترجیح ندهد پول کمتری برای خرج کردن داشته باشد، اگر فقط بداند که این پول مال خودش است و می‌تواند هر کاری که دوست دارد با آن بکند، بدون اینکه مجبور باشد به آن سؤالات همیشگی پاسخ دهد: «برای چی می‌خواهی؟» و «با آخری که بهت دادم چی کار کردی؟»

در نمایشنامه *خوراک مرغ* («دستمزد برای همسران») که در سال ۱۹۲۳ در شیکاگو افتتاح شد، نل بیلی بیست و دو ساله در صبح روز عروسی‌اش متوجه می‌شود که پدرش مخفیانه پول بیمه‌اش را در اوراق قرضه پرریسک شرکت تراموا سرمایه‌گذاری کرده، اما همچنان با عصبانیت مادر نل را به خاطر خرج کردن بخشی از پول بیمه برای عروسی دخترش سرزنش می‌کند. نل اصرار دارد که تا زمانی که پدرش موافقت نکند نیمی از درآمدش را به عنوان

دستمزد به حق مادرش بدهد، ازدواج نخواهد کرد و به نامزدش که روز به روز نگران‌تر می‌شود توضیح می‌دهد: «دانی، اگر تو یک رئیس داشتی و او می‌گفت: 'ببین دانی، من به تو حقوق منظم نمی‌دم. فقط وقتی دلم بخواد بهت هدیه می‌دم. این باعث می‌شه احساس خوبی داشته باشم و سخاوتمند به نظر بیام و دوست دارم ازم تشکر کنی. و اگه به چیزی نیاز داشتی، فقط بهم بگو تا ببینم فکر می‌کنم باید داشته باشی یا نه.' چه مردی این رو تحمل می‌کنه؟» وقتی پدرش مقاومت می‌کند، نل عروسی‌اش را به تعویق می‌اندازد و با مادرش و یک دوست متأهل اعتصابی را سازمان‌دهی می‌کند تا حق همسران برای سهمی عادلانه از درآمد خانواده را تضمین کند. پایان «خوش» نمایشنامه با اتحاد دوباره زوجها و قول پدر توبه‌کرده نل به همسرش همراه است: «تو قراره سهمت از پول رو بگیری - پس اندازش کن یا هر جور دلت می‌خواد خرجش کن».

جنگ بر سر کنترل پول بیش از یک سرگرمی تئاتری طنزآمیز بود. از اواخر قرن نوزدهم، این موضوع با اشتیاق، پشتکار و کمی حیرت در خلوت خانوارهای آمریکایی به نمایش درآمد. و به طور فزاینده‌ای در ملأ عام نیز. «مشکل مالی خانگی» به عنوان یک خبر داغ در مجلات و روزنامه‌ها، در نامه‌های تأثیرگذار به سردبیر و ستون‌های مشاوره، به عنوان موضوع کنفرانس‌ها در باشگاه‌های زنان، و حتی از منبر مطرح شد. تا سال ۱۹۲۸، یک ناظر نتیجه گرفت که «بیشتر مشاجرات بین زن و شوهر با ذکر پول آغاز شده تا با دختران رقصنده، پیشخدمت‌های بلوند، مردان رقصنده با موهای صاف، [یا] مردان مسافر». در واقع، جنگ بر سر امور مالی خانگی اغلب در دادگاه به پایان می‌رسید. بین سال‌های ۱۸۸۰ و ۱۹۲۰، مشاجرات پولی به طور فزاینده‌ای به دلیلی برای طلاق در میان زوج‌های مرفه و همچنین فقیر تبدیل شد. و پول خانگی حتی در ازدواج‌های سالم مسائل قانونی را مطرح کرد. آیا همسر حق دریافت کمک‌هزینه داشت؟ اگر او از هزینه‌های خانه‌داری پول پس‌انداز می‌کرد، آیا آن پول مال او بود؟ آیا همسری که از جیب شلوار شوهرش پول «می‌دزدید» دزد محسوب می‌شد؟ آیا همسر می‌توانست اعتبار شوهرش را در هر داستانی تعهد کند؟ مسئله درآمد زنان نیز وجود داشت. چه زمانی دلار یک زن از نظر قانونی مال خودش بود؟ به آرامی اما

پیوسته، تصمیمات دادگاه شروع به لغو قاعده حقوق عرفی کردند که درآمد همسر متعلق به شوهرش بود.

چرا پول خانگی در آغاز قرن این قدر به ارزی بحث‌برانگیز تبدیل شد؟ مطمئناً تعارضات پولی بین اعضای خانواده پیش‌تر نیز وجود داشت. برای مثال، در مطالعه کریستین استنسل درباره زنان طبقه کارگر نیویورک، او از یک مورد - البته افراطی - در سال ۱۸۱۱ سخن می‌گوید که در آن یک شوهر همسر عرفی خود را پس از اینکه چهار شیلینگ از جیبش برداشت، کتک زد و کشت. با این حال، این اختلافات خصوصی باقی می‌ماندند و به ندرت به عنوان یک مسئله نگرانی جمعی وارد گفتمان عمومی می‌شدند. نوعی اجماع درباره تنظیم مناسب درآمد خانواده وجود داشت و این اجماع بر اساس طبقه متفاوت بود. در خانوارهای طبقه متوسط و بالا، امور پولی به نظر می‌رسد عمدتاً به عنوان کار شوهر تعیین شده بود. کاترین بیچر، متخصص امور خانگی، در کتاب برجسته خود در سال ۱۸۴۱ با عنوان *رساله‌ای درباره اقتصاد خانگی* خاطرنشان کرد که به‌ویژه در میان بازرگانان، هزینه‌های خانواده «بسیار بیشتر تحت کنترل مرد است تا زن». به همین ترتیب، مطالعه مری پی. رایان درباره زندگی خانوادگی در اوایل قرن نوزدهم در شهرستان اونیدا، نیویورک، نشان داد که مردان مسئول امور پولی بودند. به هر حال، «فرقه خانگی بودن» قرن نوزدهم زندگی خانگی را به عنوان جایگزینی برای تسلط بازار ایجاد کرد: نگهبان آن، زن «واقعی» ویکتوریایی، متخصص در عواطف بود، نه در امور مالی. یک زن ممکن بود هزینه‌های خانه‌داری را مدیریت کند، اما «پول جدی» ارز مرد بود. از سوی دیگر، خانوارهای طبقه کارگر، درآمدهای محدود و اغلب نامطمئن خود را با تعیین همسران به عنوان صندوقدار خانواده مدیریت می‌کردند. شوهران و فرزندان چک‌های حقوق خود را به همسران تحویل می‌دادند، که انتظار می‌رفت درآمد جمعی را با مهارت مدیریت کنند، از جمله درآمد نقدی که زنان خودشان تولید می‌کردند. البته، بیشتر این پول‌ها به هزینه‌های خانه‌داری محدود می‌شد.

اما، در آغاز قرن، این اجماع شروع به فروپاشی کرد. همان‌طور که اقتصاد مصرف تعداد و جذابیت کالاها را چند برابر کرد و در عین حال درآمد اختیاری خانوارهای آمریکایی افزایش یافت، تخصیص و توزیع مناسب درآمد خانواده به یک موضوع فوری و مورد مناقشه تبدیل

شد. خرج کردن خوب به اندازه کسب درآمد کافی حیاتی شد. در کتاب‌های درسی، کلاس‌های درس و مقالات مجله، متخصصان اقتصاد خانگی اصول مصرف تحصیل‌کرده را گسترش دادند و تأکید کردند که «اینکه چند دلار در پاکت حقوق باشد آن قدر مهم نیست، بلکه مهم این است که آن دلارها واقعاً چه چیزی را تأمین می‌کنند و به زندگی کارگر می‌آورند».

در داخل خانه‌هایشان، خانواده‌ها سخت تلاش می‌کردند تا پول خود را نشانه‌گذاری کنند. آن‌ها دفترهای حسابداری و کتاب‌های بودجه‌ای را که توسط کارشناسان توصیه شده بود خریداری کردند تا هزینه‌های خود را با دقت ثبت کنند، یا استراتژی‌های مختلفی برای تمایز پول‌های متعدد خانوار ابداع کردند. برای مثال، سیستم خانم ام را در نظر بگیرید که او در اوایل دهه ۱۹۲۰ به *همراه خانه زنان*^{۱۰} گفت: «من هشت قوطی کوچک، همه به یک اندازه، جمع کردم و کلمات زیر را با حروف بزرگ روی آن‌ها چسباندم: خواربار، کرایه، گاز، لباس‌شویی، اجاره، دهیک، پس‌انداز، متفرقه... ما حالا از آن قوطی‌ها به عنوان قوطی خواربار، قوطی کرایه و غیره صحبت می‌کنیم.» خانواده‌های دیگر از کوزه‌ها، کوزه‌های چینی، پاکت‌ها یا جعبه‌ها برای تمایز فیزیکی پول‌هایشان استفاده می‌کردند، در حالی که برخی آن‌ها را در جوراب‌ها یا زیر تشک‌ها و تخته‌های کف پنهان می‌کردند. شیوه‌های نشانه‌گذاری اغلب بسیار مبتکرانه بودند، مانند پدری که هر سکه بیست و پنج سنتی با تاریخ تولد فرزندش را برای تحصیل او کنار می‌گذاشت، یا خریدار تخفیف‌داری که با پس‌انداز تفاوت بین قیمت معمولی و قیمت تخفیف‌دار خریدهایش، لانه تخم خود را می‌ساخت. به طور موازی، مهاجران به طور مذهبی بخشی از دستمزد سخت به دست‌آمده خود را برای انتقال به خویشاوندان در روستاهای زادگاهشان نشانه‌گذاری می‌کردند.

یا اینکه خانواده‌ها به انواع نهادهای خارجی برای محافظت و تمایز پول‌هایشان وابسته بودند، از بانک‌های پس‌انداز معمولی یا پستی و بانک‌های مدرسه گرفته تا شرکت‌های بیمه، انجمن‌های کمک متقابل، باشگاه‌های بودجه، انجمن‌های ساخت و وام، اوراق جنگی، و حتی پرداخت‌های قسطی. در بسیاری از موارد، این فقط انباشت سرمایه همگن نبود، بلکه پس‌اندازهای متمایز بود، به طور دراماتیک در مورد «پول تعطیلات تابستانی» یا «پول

کریسمس» که در کلپ‌های محبوب کریسمس یا تعطیلات سپرده می‌شد و به عنوان «قلک‌های جمعی» عمل می‌کرد.

ناظران معتقد بودند که بودجه‌بندی سازمان‌یافته امور مالی خانگی را به طور منظم عقلانی می‌کند: «هرچه حسابداری خانواده بی‌طرف‌تر شود، مانند یک فروشگاه یا کارخانه، خانواده بیشتر از درآمد خود بهره می‌برد و فشار روی اعصاب کمتر خواهد بود.» اما نشانه‌گذاری خانگی پول‌ها به سختی یک فرآیند حسابداری هموار بود. چیزهای زیادی در چگونگی تقسیم پول، برای چه اهدافی و توسط چه کسی در خطر بود. همان‌طور که خانواده‌ها به طور فزاینده‌ای به دستمزدهای نقدی که توسط شوهر به دست می‌آمد وابسته شدند، مذاکره درباره ادعاهای شوهران، همسران و فرزندان به آن پول فوری‌تر و پیچیده‌تر شد. تا چه حد دستمزد شوهر به یک دارایی جمعی تبدیل می‌شد؟ هنگامی که پول او وارد خانوار می‌شد، چه کسی حق کنترل آن را داشت؟ آیا شوهران باید تمام حقوق خود را به همسرانشان تحویل می‌دادند، یا چقدر می‌توانستند برای خودشان نگه دارند؟ همسر باید چقدر پول دریافت می‌کرد و برای کدام هزینه‌ها؟ آیا آن پول هدیه‌ای از شوهرش بود، یا همسر حق داشت سهمی خاص از درآمد را داشته باشد؟ در مورد فرزندان چه؟ آیا باید به آن‌ها پول خودشان برای خرج کردن داده می‌شد، یا وظیفه آن‌ها بود که آن را از طریق کارهای خانه به دست آورند؟ فرزندان چگونه باید پول خود را خرج می‌کردند؟

این «رقابت شدیدتر برای درآمد خانواده»، همان‌طور که جامعه‌شناس رابرت لیند آن را توصیف کرد، باعث بازاندیشی عمومی در انتقال‌های اقتصادی درون خانوارها شد، جستجویی برای ارزش‌های خانگی مناسب برای همسران، شوهران و فرزندان. یک راهنمای حسابداری خانگی تأکید کرد که لازم است «مقدار [پول] مورد استفاده توسط و برای اعضای مختلف خانواده در نظر گرفته شود، تا همیشه تقسیم عادلانه و عادلانه‌ای از درآمد خانواده وجود داشته باشد و هیچ یک از اعضا به طور ناخودآگاه بیش از سهم لازم خود نداشته باشند».

اما این پول زن خانه‌دار بود که به پارادوکسیکال‌ترین، مورد مناقشه‌ترین و نامطمئن‌ترین ارز تبدیل شد. با گسترش وظایف خرید برای نیازهای خانوار، زنان بیشتر این وظایف را بر عهده گرفتند. آن‌ها موظف شدند دستمزد شوهرشان را به پول خانگی تبدیل کنند و بارها به آن‌ها یادآوری شد که دستمزد «فقط وقتی به دست شما می‌رسد پول است، بی‌فایده برای نگه داشتن، پوشیدن، گرم کردن شما یا ... بهبود زندگی خانواده. شما کسی هستید که باید آن را به غذا و لباس، بهبود خانواده تبدیل کنید...». علاوه بر این، به زنان گفته شد: «در میان تمام وظایف زندگی یک زن خوب، هیچ‌کدام مقدس‌تر از این نیست، وظیفه خرید عاقلانه.» *هارپرز بازار* مشاهده کرد که چرخ ریسندگی با یک دفتر حسابداری جایگزین شده است. بنابراین، نسخه قرن بیستم نخبان اخلاقی قرن نوزدهم انتظار می‌رفت به عنوان عامل خرید و متخصص بودجه خانوار خدمت کند. البته، خرد مالی همسران در قرن هجدهم نیز مورد توجه بود. اما گسترش اقتصاد مصرف، مهارت‌های خرج کردن مناسب را به معیار غالب و قابل‌مشاهده‌ای از تخصص خانگی تبدیل کرد. «خانه‌دار خوب» مسئول «مراقبت از پول شوهرش بود و باید آن را عاقلانه خرج می‌کرد.» به هر حال، همان‌طور که یک زن خانه‌دار نمونه توضیح داد: «یک مرد تنظیم خانوار و هزینه‌های آن را درک نمی‌کند.»

اما یک مشکل اساسی با نقش مالی افزایش‌یافته «خانم مصرف‌کننده» وجود داشت؛ این نقش بدون حقوق و اغلب حتی بدون درآمد ثابت و قابل‌اعتماد همراه بود. در واقع، همسران آغاز قرن، حتی آن‌هایی که با مردان ثروتمند ازدواج کرده بودند، اغلب خود را بدون یک دلار متعلق به خود می‌یافتند. همان‌طور که لوسی ام. سالمون، استاد تاریخ در کالج واسار، در سال ۱۹۰۹ توضیح داد: «مردان هنوز بیشتر کسانی هستند که دستمزدشان به صورت نقد پرداخت می‌شود، حساب بانکی دارند و دفترچه نقدی حمل می‌کنند، و بنابراین معتقدند که حق دارند درباره نحوه خرج کردن پولی که به دست می‌آورند تصمیم بگیرند.»

بدتر از آن، زنان بیشتر ادعاهای خود به منابع اقتصادی خانواده را از دست داده بودند. در حالی که مشارکت‌های کاری همسران استعماری به رسمیت شناخته می‌شد، «خانگی‌سازی» زنان متأهل در قرن نوزدهم، زنان متأهل را خارج از اقتصاد تولیدی قرار داد. مهم نبود که آن‌ها چقدر سخت کار می‌کردند یا خانواده‌هایشان چقدر به کارهایشان

وابسته بودند، کار خانگی زنان به عنوان وظیفه‌ای احساسی تعریف و ارزش‌گذاری شد، نه مادی. بنابراین وقتی نوبت به رفاه اقتصادی خانوار می‌رسید، کار دستمزدی شوهر - نه کار خانگی همسر - اهمیت داشت. پول او تنها به عنوان هدیه او به همسرش تبدیل می‌شد، نه به عنوان سهم کسب‌شده او از درآمد. به طور قابل‌توجه، پول او حتی واژگان خاصی داشت که آن را از پول نقد معمولی جدا می‌کرد - کمک‌هزینه، پول سنجاق، «پول تخم‌مرغ»، «پول کره»، پول خرج کردن، پول جیب، یا «سهمیه». بنابراین زنان در موقعیت عجیبی گرفتار شده بودند که مدیران پولی بدون پول نقد بودند، انتظار می‌رفت به درستی خرج کنند اما کنترل بر پول به آن‌ها داده نمی‌شد. موفقیت جنبش اقتصاد خانگی، که زنان را تشویق می‌کرد خانه‌هایشان را مانند یک کسب‌وکار اداره کنند، تناقض در زندگی اقتصادی زنان را تشدید کرد.

ترفندهای زنان برای استخراج مقداری پول نقد از شوهران غیرهمکارشان موضوع جوک‌ها و بخش ثابت نمایش‌های وودویل اواخر قرن نوزدهم بود. اما مشکل مالی خانگی جدی شد و بازنگری دشوار و بحث‌برانگیزی در پول خانگی زنان و همچنین درآمد کسب‌شده آن‌ها را اجتناب‌ناپذیر کرد. برای دیدن اینکه چه چیزی در میان بود، باید بین سه روش ممکن برای سازمان‌دهی انتقال‌های پول خانگی تمایز قائل شویم: به عنوان پرداخت (مبادله مستقیم)؛ یک حق (حق داشتن سهمی)؛ و یک هدیه (اعطای داوطلبانه یک فرد به دیگری). پول به عنوان پرداخت، فاصله، مشروط بودن، چانه‌زنی و پاسخگویی بین طرف‌ها را به همراه داشت. پول به عنوان یک حق، ادعاهای قوی برای قدرت و خودمختاری خانگی را در بر داشت. اما پول به عنوان یک هدیه، تبعیت و خودسری را به دنبال داشت. برای مدت طولانی، زنان و مدافعان حقوق زنان بر سر اینکه کدام باید سهم مناسب زنان از درآمد خانواده باشد، کشمکش داشتند. این فصل این مبارزه را بررسی می‌کند، تحول در پول زنان متأهل بین دهه‌های ۱۸۷۰ و ۱۹۳۰ را دنبال می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه جنسیت و همچنین طبقه به طور عمیقی معنا، استفاده‌ها و تخصیص ارزش‌های خانگی را نشانه‌گذاری کرد.

یک دلار برای خودش: تعریف پول خانگی زنان

از نظر شواهد، مطالعه پول در خانواده به معنای ورود به قلمرویی است که تا حد زیادی ناشناخته باقی مانده است. اگرچه پول عمده‌ترین منبع اختلافات بین زن و شوهر است و اغلب نقطه‌ای دردناک بین والدین و فرزندان، اما به طور عجیبی، ما کمتر درباره مسائل مالی خانواده می‌دانیم تا درباره خشونت خانوادگی یا حتی مسائل جنسی زناشویی. نه تنها خانواده‌ها تمایلی به افشای زندگی مالی خصوصی خود به غریبه‌ها ندارند، بلکه شوهران، همسران و فرزندان اغلب به یکدیگر دروغ می‌گویند، فریب می‌دهند یا به سادگی اطلاعاتی را پنهان می‌کنند. شاید حتی اساسی‌تر، مدل آنچه آمارتیا سن آن را «خانواده به هم چسبیده» می‌نامد، به این معناست که سؤالاتی درباره نحوه تقسیم پول بین اعضای خانواده به ندرت مطرح می‌شود. فرض بر این است که وقتی پول وارد خانواده می‌شود، به نحوی عادلانه بین اعضای خانواده توزیع می‌شود و به حداکثر رساندن رفاه جمعی آن‌ها کمک می‌کند. اینکه هر فرد چقدر پول دریافت می‌کند، چگونه آن را به دست می‌آورد، از چه کسی و برای چه چیزی - این مسائل به ندرت مورد توجه قرار می‌گیرند. با این حال، همان‌طور که مایکل یانگ بیش از سی سال پیش پیشنهاد کرد، توزیع پول بین اعضای خانواده اغلب به همان اندازه نابرابر و خودسرانه است که توزیع درآمد ملی بین خانواده‌ها. بنابراین، یانگ استدلال می‌کند که باید از این فرض دست بکشیم که «برخی از اعضای یک خانواده نمی‌توانند ثروتمند باشند در حالی که دیگران فقیر هستند.» دوره بین سال‌های ۱۸۷۰ و ۱۹۳۰ برخی نگاه‌های غیرمعمول به این دنیای معمولاً مخفی پول خانوادگی ارائه می‌دهد؛ در آغاز قرن، با تبدیل شدن امور مالی خانگی به یک موضوع بحث‌برانگیز، بازنگری اقتصاد خانگی از درهای معمولاً بسته خانوارهای فردی بیرون آمد و وارد گفتمان عمومی شد.

پول همسر چگونه نشانه‌گذاری و از سایر پول‌های خانگی جدا می‌شد؟ زنان آمریکایی، حتی آن‌هایی که شوهرانشان توانایی مالی داشتند، هیچ‌گاه ادعای قانونی برای هیچ بخشی از پول خانگی نداشتند. تا زمانی که همسران با هم زندگی می‌کردند، نویسندگان مقاله‌ای در یک نشریه حقوقی در سال ۱۹۳۵ توضیح داد که «حق همسر برای حمایت، حق داشتن چیز مشخص یا مقدار مشخصی نیست... اینکه همسر چقدر یا کم دریافت کند، مسئله حق

قانونی او نیست، بلکه موضوعی است که شوهر باید تصمیم بگیرد.» مفهوم «دستمزد خانوادگی» - حقوقی که یک کارگر مرد و خانواده وابسته‌اش را حمایت کند - وابستگی زنان متأهل به دستمزد شوهرانشان را بیشتر کرد. در نتیجه، تخصیص پول خانگی به قوانین غیررسمی و مذاکرات غیررسمی وابسته بود. در آغاز قرن، زنان متأهل - که اکثریت آن‌ها به چک‌های حقوقی یا درآمد شوهرانشان وابسته بودند - پول نقد خود را از طریق انواع انتقال‌ها به دست می‌آوردند.

همسران طبقه بالا و متوسط، سهمیه نامنظم یا، به ندرت، کمک‌هزینه منظمی از شوهرانشان برای هزینه‌های خانه‌داری، از جمله کالاهای خانگی و لباس، دریافت می‌کردند. گاهی زنان تقریباً به طور کامل به دلارهای «نامرئی» وابسته بودند، هزینه‌هایشان را به صورت اعتباری پرداخت می‌کردند و به ندرت پول نقد در دست داشتند. از سوی دیگر، همسران طبقه کارگر، چک‌های حقوقی شوهرانشان را دریافت می‌کردند و انتظار می‌رفت پول خانواده را مدیریت و توزیع کنند. با این حال، این پول‌های رسمی تحت نظارت بودند و حتی در مورد زنان طبقه کارگر، در نهایت متعلق به شوهر و تحت کنترل او بودند. گاهی اوقات، شوهران به طور آشکار تمام معاملات مالی را بر عهده می‌گرفتند. در نامه‌ای به ستون مشاوره مجله *همراه خانه زنان* در سال ۱۹۰۵، زنی سی‌ساله شکایت کرد که جان، شوهرش، اگرچه «به نوعی سخاوتمند است... کیف پول را خودش نگه می‌دارد، مواد غذایی را می‌خرد، ترجیح می‌دهد پارچه‌ها، کفش‌ها، دستکش‌ها را خودش خریداری کند... و نمی‌بیند که من به پول نیازی داشته باشم وقتی او هر چیزی که بخواهم برایم می‌گیرد.» حتی اگر زنی موفق می‌شد از هزینه‌های خانه‌داری پس‌انداز کند، قانون در نهایت آن پول را متعلق به شوهرش می‌دانست. برای مثال، در سال ۱۹۱۴، وقتی چارلز مونتگومری از همسرش اما به خاطر ۶۱۸.۱۲ دلاری که او در طول بیست و پنج سال ازدواجشان از هزینه‌های خانه‌داری پس‌انداز کرده بود شکایت کرد، قاضی بلکمن از دیوان عالی بروکلین به نفع شوهر رأی داد و استدلال کرد که «مهم نیست همسر چقدر محتاط و عاقل بوده است، اگر پول... متعلق به شوهر باشد، همچنان دارایی اوست، مگر اینکه شواهد نشان دهند که این پول به همسرش هدیه داده شده است».

کانال‌های مشروع همسر برای دسترسی به پول نقد اضافی بنابراین به انواع تکنیک‌های متقاعدسازی محدود بود: درخواست کردن، دلجویی کردن، یا حتی التماس کردن آشکار. و تسلط بر قوانین درخواست کردن حیاتی بود. به زنان یادآوری می‌شد که «درخواست هر چیزی از مردی خسته و گرسنه، صرفاً اتلاف نفس است.» اما زنی که «می‌داند چگونه»، «زیباترین لباسش را می‌پوشد و غذای مورد علاقه مرد را جلوی او می‌گذارد وقتی چیزی می‌خواهد.» گاهی فقط باج‌گیری جنسی جواب می‌داد. مادری با دو فرزند که شوهرش ماهانه ۲۵۰ دلار درآمد داشت اما تنها ۷۵ دلار برای هزینه‌های خانه‌داری به او می‌داد، راز «پیروزی سریع» خود را به مجله «گود هاوس‌کیپینگ» فاش کرد: «تابستان گذشته می‌دانستم که نمی‌توانم یک سال دیگر از این بدبختی مطلق در مسائل مالی تحمل کنم... دوشنبه شب، بعد از بهترین شامی که می‌توانستم آماده کنم، به شوهرم گفتم... که اگر ماهانه ۱۷۵ دلار به من ندهد، دیگر حتی اجازه نمی‌دهم مرا ببوسد... بعد از ظهر تمام لباس‌هایم را... از اتاقمان به اتاقی دیگر در آن سوی راهرو منتقل کردم.» بعد از یک هفته تنهایی، او تسلیم شد.

اگر چنین تکنیک‌های متقاعدسازی شکست می‌خورد، مجموعه‌ای از استراتژی‌های مالی زیرزمینی نیز وجود داشت، از جیب‌بری خانگی گرفته تا بالا بردن صورت‌حساب‌ها. در سال ۱۸۹۰، مقاله‌ای در مجله *فوروم* «میزان فریب، تقلب و معاملات دوگانه‌ای که از مدیریت مالی خانواده ناشی می‌شود» را محکوم کرد. فقط برای به دست آوردن «چند دلار که بتوانند مال خودشان بنامند»، زنان به طور معمول به تقلب خانگی سیستماتیک روی می‌آوردند؛ برای مثال، برخی «از خیاط‌هایشان می‌خواستند صورت‌حسابی برای چهل دلار بفرستند، به جای سی دلار که قیمت واقعی بود، تا ده دلار اضافی را برای خودشان بردارند... [برخی دیگر] چشمان خسته و بدن فرسوده‌شان را با گرفتن خیاطی بدون اطلاع شوهرشان بیش از حد تحت فشار قرار می‌دادند؛ و... همسران کشاورزان... سیب و تخم‌مرغ را به شهر قاچاق می‌کردند...» در مطالعه السا هرزفلد درباره خانواده‌هایی که در آپارتمان‌های منطقه غرب نیویورک در اوایل دهه ۱۹۰۰ زندگی می‌کردند، همسران برخی از ترفندهایشان را فاش کردند؛ یک زن به محقق گفت که اگرچه می‌دانست اگر شوهرش بفهمد او را کتک خواهد زد، اما

«مخفیانه» کار می‌کرد و یک «ذخیره مخفی» زیر تشک خود جمع‌آوری کرده بود. همسر دیگری «خدمت» می‌کرد تا پول اضافی به دست آورد، که از آن برای خرید لباس برای «مهمانی‌ها» استفاده می‌کرد. گاهی اوقات، فقط برای اینکه بتوانند برای والدینشان پولی بفرستند، به نظر می‌رسد برخی از زنان مهاجر به دنبال راه‌هایی برای نگه داشتن نامه‌ها و حواله‌های پولی خود در خارج از خانه و دور از دسترس شوهرانشان بودند.

برخی روش‌ها خطرناک‌تر بودند: در سال ۱۹۰۵، جوزف شولتز توسط خانم شولتز به دادگاه پلیس بوفالو برده شد. به نظر می‌رسد آقای شولتز، که مصمم بود جلوی سرقت‌های شبانه همسرش از پول خرد باقی‌مانده در شلوارش را بگیرد، یک تله موش کوچک در جیب شلوارش قرار داده بود. حدود ساعت ۲:۰۰ بامداد تله فعال شد و صبح روز بعد شوهر به دادگاه برده شد. مجله حقوقی «بنچ اند بار» نیویورک با رضایت گزارش داد که قاضی شکایت همسر را رد کرد و حق شوهران برای نگه داشتن تله موش برای حفاظت از پول خردشان را تأیید کرد. در مورد دیگری، ترزا مارابلا، چهل‌ساله، به چهار ماه زندان در زندان شهرستان محکوم شد، زیرا ۱۰ دلار از شلوار فرانک مارابلا، کارگری از بلپورت، نیویورک، و شوهرش، دزدیده بود. او این پول را برای سفری به نیویورک خرج کرده بود.

اما دلارهای «دزدیده‌شده» تنها توسط همسران مردان فقیر گرفته نمی‌شد. در واقع، یک ناظر متقاعد شده بود که «اسکلت‌های پولی در کمدهای برخی از زنان ظاهراً ثروتمند ممکن است به اندازه اسکلت‌های کمدهای زنان ظاهراً فقیر وحشتناک باشد.» در حالی که زنان فقیر شلوار شوهرانشان را برای یافتن مقداری پول خرد جستجو می‌کردند، همسر ثروتمندی که پول نقد نداشت، از انواع تکنیک‌های فریبنده استفاده می‌کرد. خانم گری، مادر بزرگی که بیست سال از ازدواجش گذشته بود اما هیچ پولی «که بتواند مال خودش بنامد» نداشت، به عنوان کسی توصیف شد که «سیاست سیستماتیک فریب و تقلب نسبت به شوهرش را در پیش گرفته بود... وقتی می‌خواهد کمی پول برای کمک به خرید اجاق برای یک خانواده فقیر یا کمک به یک موجود بیمار یا گرسنه برای پرداخت اجاره‌اش بدهد، به شوهرش می‌گوید که آرد تمام شده یا شکر کم است، و به این ترتیب مقدار لازم را به دست می‌آورد.» بنابراین این «عضو سختگیر کلیسا» که هرگز دروغ نمی‌گفت، به طور پارادوکسیکال

«شوهرش را که به طور رسمی قسم خورده بود دوستش داشته باشد و از او اطاعت کند، فریب می‌دهد و گول می‌زند».

راه‌های دیگری نیز برای «دور زدن نگهدارنده کیف پول» وجود داشت. زنان با خیاط‌ها، کلاه‌دوزها و مغازه‌داران چانه می‌زدند تا اقلام اضافی به صورت حساب‌هایشان اضافه کنند، به طوری که وقتی صورت حساب پرداخت می‌شد، «همسر مرد ثروتمند ممکن است مبلغی را به عنوان سود دریافت کند و چند دلار داشته باشد.» یک خیاط نیویورکی متولد پاریس شکایت کرد که خانم‌های آمریکایی «لباس‌هایی را سفارش می‌دهند و تحویل می‌گیرند که یک شب می‌پوشند و سپس برمی‌گردانند... آن‌ها ۵۰ یا ۱۰۰ دلار نقد می‌گیرند و آن را به عنوان لباس یا کلاه در صورت حساب ثبت می‌کنند تا شوهرانشان را فریب دهند.» برخی زنان در جستجوی پول نقد حتی به خدمتکارانشان روی می‌آوردند و مبلمان قدیمی خود را به آن‌ها می‌فروختند. یک بازدیدکننده ژاپنی از ایالات متحده در دهه دوم قرن بیستم از شنیدن «از مردان و زنان همه طبقات، از روزنامه‌ها، رمان‌ها، سخنرانان، و حتی یک بار از منبر... اشاره‌هایی به داستان‌های خنده‌دار درباره زنان که پول را در مکان‌های عجیب پنهان می‌کردند، از شوهرانشان با ناز و نوازش پول می‌گرفتند... یا آن را مخفیانه برای مقاصد خصوصی پس‌انداز می‌کردند» شوکه شده بود.

با این حال، فقر نسبی زنان متأهل به طور فزاینده‌ای غیرقابل تحمل می‌شد. چگونه یک همسر می‌توانست مسئولیت‌های مالی افزوده خود را به عنوان «خرج‌کننده دستمزد» خانواده بر عهده بگیرد، اگر مجبور بود برای پولش درخواست کند، دلجویی کند، التماس کند یا بدزد و اغلب حتی نمی‌دانست چه مقدار پول برای خرج کردن در دسترس است؟ تقاضا برای درآمد منظم و مشخص‌تر برای خانه‌داری برای همسر و به طور فزاینده‌ای برای «کیف پول خصوصی» او شدت گرفت، مبلغی آزاد و بدون حسابرسی برای خرج کردن برای خانه، سرگرمی، هدایا، یا بسیاری از کالاهای مصرفی جدید که برای مخاطبان زن طراحی شده بود، مانند لباس، لوازم آرایشی، یا عطرها. یک سرمقاله قوی در آغاز قرن در مجله «لیدیز هوم ژورنال» هشدار داد که خانه‌دار به سادگی «ابزارهای لازم برای کار به بهترین شکل به او داده نشده است.» در حالی که «خیلی خوب است که وقتی کسی از ازدواج به

عنوان 'یک شراکت تجاری' صحبت می‌کند، به حالت خشم و انزجار درآییم»، ادوارد بوک، سردبیر مجله، اعلام کرد که ازدواج «باید یک پایه مالی داشته باشد»، و درآمد خانگی باید به عنوان «امری مشترک» بین زن و شوهر تلقی شود.

سه‌میه در مقابل کمک‌هزینه: کمک‌هزینه به عنوان راه‌حل

روش سنتی توزیع پول به زنان در اواخر قرن نوزدهم مورد حمله قرار گرفت و این نبرد تا سه دهه اول قرن بیستم ادامه یافت. در سال ۱۹۱۵، «هارپرز ویکلی» مشاهده کرد که «تعداد زنانی که تصور درخواست از یک انسان دیگر، 'لطفاً می‌توانم یک جفت کفش جدید داشته باشم؟' را غیرقابل فکر می‌دانند، به سرعت در حال افزایش است.» نامه‌های ناشناس به سردبیران مجلات زنان، مشکلات مالی زنان خانه‌دار را منتقل می‌کردند. «مارگارت چه باید بکند؟» یک زن پرسید که شوهرش در سال ۱۹۰۹ تنها ۵۰ دلار در ماه (از حقوق ۳۰۰ دلاری‌اش) برای اداره خانه، پرداخت تمام صورت‌حساب‌ها و لباس برای خودش و یک دختر بچه به او می‌داد. وقتی او درخواست بیشتری می‌کرد، «جان... بسیار عصبانی می‌شود و او را متهم به ناراضی بودن می‌کند... [و به او می‌گوید] همیشه چیزی می‌خواهد.» کتاب‌های آداب معاشرت به «مسئله آزاردهنده هزینه‌های خانگی و شخصی» به عنوان «منبع اصلی ناراحتی در زندگی زن‌شویی» اشاره می‌کردند. بخشی از مشکل، عدم افشای منابع مالی توسط شوهر بود؛ «بنابراین همسر، که کاملاً بی‌اطلاع است از اینکه چه مقدار می‌تواند با خیال راحت خرج کند، اغلب در سمت اسراف خطا می‌کند، و خیلی دیر، وقتی طوفانی از سرزنش بر سر بی‌گنااهش فرو می‌ریزد، متوجه می‌شود که کجا و چگونه گناه کرده است.»

ادوارد بوک، سردبیر «لیدی‌ز هوم ژورنال»، اعتراف کرد که اگرچه «همسران به طور کلی آنچه می‌خواهند به دست می‌آورند»، اما دلیلی وجود ندارد که آن‌ها مجبور باشند برای پولشان درخواست کنند «در حالی که آن‌ها به همان اندازه که مردان به سیگارهایشان حق دارند، به زرق و برق‌های زنانه خود حق دارند.» حتی سخاوتمندترین شوهر، به گفته بوک، به نظر می‌رسد که نادیده می‌گیرد که «هیچ چیز روی زمین یک همسر را بیش از این که مجبور

باشد از شوهرش پول بخواهد، تحقیر نمی‌کند.» برخی همسران انتقال هدیه را احساسی می‌کردند، به عنوان مثال، زنی که به «لیدی هوم ژورنال» گفت که در طول بیست و پنج سال ازدواجش همیشه از «درخواست پول از او» لذت برده است. «هر دوی ما احساس می‌کردیم که این پول به همان اندازه مال من است که مال اوست، اما به او لذت می‌دهد که آن را به من بدهد، و به من لذت می‌دهد که آن را بخواهم و ببینم که او از دادنش خوشحال است.» با این حال، در اکثر موارد، سهمیه به عنوان چیزی تحقیرآمیز تعریف می‌شد، مناسب برای پرداخت به زیردستان اما نه برای شرکای ازدواج. سرمقاله بوک حدس زد: «بعضی از مردان ما چطور دوست دارند اگر هر بار که چیزی کوچک می‌خواهند، مجبور باشند از همسرانشان بخواهند؟» در واقع، درخواست پول باعث می‌شد همسران احساس کنند مانند فرزندانشان هستند: «آدا، دختر کوچکم»، یک زن شکایت کرد، «پول نقد واقعی بیشتری از من دارد، زیرا او از دادن یک بوسه و در آغوش گرفتن بابا و درخواست یک یا دو دلار وقتی می‌خواهد پولی برای خرج کردن داشته باشد، ابایی ندارد. او نمی‌تواند چیزی را از چشمان آبی و موهای طلایی‌اش دریغ کند. اما من از درخواست پول از او متنفرم».

دوروتی دیکس، ستون‌نویس معروف و پرمخاطب، با محکوم کردن سیستمی که زنان را مجبور می‌کرد «در برابر شوهرشان نقش گدا را بازی کنند»، به طنز اشاره کرد که مردانی «ناموس، سلامت، نام خانوادگی، فرزندانشان را به [همسرشان] می‌سپارند، اما پول را به او نمی‌سپارند.» دسترسی به اعتبار هم راه‌حل نبود، زیرا صرفاً شکل دیگری از پول هدیه تحت نظارت شوهر بود. در واقع، ناظران به وضعیت «پارادوکسیکال» اشاره کردند که در آن مردان با میل صورت‌حساب‌های بزرگ «همسران و دخترانشان» را پرداخت می‌کردند، اما حاضر نبودند «کوچک‌ترین مقدار پول نقد را به آن‌ها بسپارند.» هیو بلک، نویسنده و الهی‌دان پرخواننده، اظهار داشت که همسر ثروتمند می‌توانست «هر چیزی را از فروشگاه‌های بی‌شماری که حساب اعتباری داشتند سفارش دهد.» اما اغلب، «او نمی‌توانست حتی ده سنت به یک گدا بدهد».

دکترین «ضروریات» برخی از راه‌های قانونی را برای همسران فراهم می‌کرد و شوهر را مستقیماً مسئول خریدهایی که همسرش از یک تاجر انجام می‌داد، می‌کرد. با این حال،

حتی این حق برای تعهد اعتبار شوهر محدود بود. ضروریات به قدری مبهم تعریف شده بودند که تجار تمایلی به ریسک دادن اعتبار به همسر برای کالاهایی که ممکن است خارج از این دسته‌بندی باشند نداشتند. علاوه بر این، شوهران حق داشتند تعیین کنند که ضروریات از کجا باید خریداری شوند و می‌توانستند با نشان دادن اینکه ضروریات یا کمک‌هزینه کافی برای تهیه آن‌ها فراهم کرده‌اند، اختیار همسر برای تعهد اعتبار خود را لغو کنند. قانون، در واقع، به صراحت نگران حفاظت از شوهران در برابر هزینه‌های «دیوانه‌وار» همسران «اسرافکار» بود.

رتا چایلد دور، روزنامه‌نگار، خبرنگار خارجی، نویسنده و فعال در محافل حق رأی، به یاد می‌آورد که در دهه ۱۸۸۰ که بزرگ می‌شد، «اعضای مرد خانواده که از نظر تعداد کمتر بودند... از جایگاهی برتر نسبت به اکثریت که زنانه بودند برخوردار بودند... و این برتری در مالکیت، چه واقعی و چه بالقوه، پول بود. مادرم همیشه برای پولی که برای خانوار مشترک خرج می‌کرد از پدرم می‌پرسید. وقتی هر یک از ما می‌خواستیم جایی برویم، به‌ویژه اگر هزینه ورودی مطرح بود، همیشه می‌گفتیم: 'باید از پدر بپرسیم.' وقتی چیزی برای هر یک از بچه‌ها لازم بود، مادرم همیشه می‌گفت: 'با پدرت صحبت می‌کنم.' پدرم ظالم نبود... اما در دهه هشتاد این‌گونه بود.» یک شعر کودکانه اوایل قرن بیستم به خوبی خاطرات دور را خلاصه می‌کرد: «دست بزنی، دست بزنی تا پدر به خانه بیاید، زیرا پدر پول دارد اما مادر هیچ ندارد.» سیستمی بهتر لازم بود تا به زنان، همان‌طور که یک مفسر بیان کرد، «حق الهی... برای پاکت حقوق» را تضمین کند. کارشناسان جامعه‌شناسی به منتقدان پیوستند و اشاره کردند که با تبدیل شدن به «خزانه‌دار خانواده... که مقدار پولی را که در هر زمان در اختیار یا راحتی اوست توزیع می‌کند»، یک شوهر نه تنها زندگی اقتصادی بلکه زندگی معنوی همسرش را کنترل می‌کرد. حتی دادگاه‌ها گاهی موافق بودند و سرقت خانگی را به عنوان سرقت واقعی تلقی نمی‌کردند. در پرونده‌ای در سال ۱۹۰۸ که همسری متهم به دزدی پول خرد شوهرش شده بود، قاضی فرلانگ از دادگاه بروکلین از «دزد» حمایت کرد و اعلام کرد که «یک همسر کاملاً حق دارد شب‌ها جیب شوهرش را بگردد و اگر او به درستی برایش تأمین نکند، پولش را بردارد».

اما درآمد پولی مناسب برای همسران چه بود؟ برای برخی، بهترین راه حل برای «همسران بی پول» جهیزیه برای هر دختری بود. همسران به نظر می رسید که کمک هزینه منظم هفتگی یا ماهانه را ترجیح می دادند. نظرسنجی «گود هاوس کیپینگ» در سال ۱۹۱۰ از ۳۰۰ همسر نشان داد که ۱۲۰ نفر از سیستم کمک هزینه حمایت می کردند. تا سال ۱۹۱۵، طبق گزارش «هارپرز ویکلی»، برخی از عروس های جوان «از نوع فوق مدرن» قول کمک هزینه را «پیش از سوگند به عشق، احترام و اطاعت» می خواستند. مجلات زنان به طور فزاینده ای کمک هزینه را در مقالات و حتی داستان هایشان تأیید می کردند. برای مثال، در داستان کوتاه «وزنش به اندازه طلا»، که در سال ۱۹۲۶ در «ساتردی ایونینگ پست» منتشر شد، خانم جانکلوف، قهرمان زن ثروتمند، اعلام کرد که «تمام لباس ها و سنجاق های الماسی دنیا جبران حتی یک کمک هزینه شخصی کوچک برای خودش نیست.» در همان سال، اتحادیه آزادی زنان سنت لوئیس پیش رفت و لایحه ای را حمایت کرد که کمک هزینه لباس برای همسران را از نظر قانونی اجباری می کرد. کارشناسان اقتصاد خانگی موافق بودند. مری دبلیو. ابل، ویراستار «ژورنال آو هوم اکونومیکس»، سیستم سهمیه را مورد حمله قرار داد و استدلال کرد که «برای دستیابی به بهترین نتایج در خرج کردن پول خانواده، مادر باید چنان کنترلی بر درآمد داشته باشد که کارایی او به عنوان مدیر و خریدار را تضمین کند.» به نظر می رسید کمک هزینه مناسب برای خانه داری هماهنگی خانگی را بهبود می بخشد. در سال ۱۹۳۳، انجمن کمک حقوقی نیویورک تجربه خود را در رسیدگی به هزاران پرونده اختلاف خانگی در یک «ده فرمان روابط خانگی» ده ماده ای خطاب به مردان جوان خلاصه کرد. در حالی که توصیه اول این بود که «با توجه به توان خود سخاوتمند باشید»، اولویت دوم این بود که «در مدیریت امور کاملاً خانگی یک زن دخالت نکنید.» گزارش توصیه می کرد که همسر متوسط «به مراتب از شوهرش... برای مدیریت اقتصادی آن بخش از درآمدش که برای هزینه های خانگی کنار گذاشته شده، شایسته تر است.» حتی امیلی پست کمک هزینه را با مهر تأیید خود گواهی کرد.

با این حال، تبدیل درآمد زنانه از سهمیه به کمک هزینه به راحتی به دست نیامد. یک نظرسنجی در سال ۱۹۲۸ از ۲۰۰ مرد و زن طبقه بالا نشان داد که در حالی که ۷۳ نفر از

سیستم کمک‌هزینه استفاده می‌کردند، ۶۶ نفر همچنان به «سیستم قدیمی که شوهران تمام پول را مدیریت می‌کردند، تمام صورت‌حساب‌ها را پرداخت می‌کردند و پول را به همسرشان به درخواست او می‌دادند» پایبند بودند؛ زوج‌های باقی‌مانده یا حساب بانکی مشترک داشتند یا ترتیبی نامشخص. به نظر می‌رسد شوهران کمتر از همسرانشان نسبت به کمک‌هزینه مشتاق بودند. همان‌طور که دوروتی دیکس اشاره کرد، «یک سؤال که در اکثر خانواده‌ها از محراب تا گور در یک نبرد مبارزه می‌شود، مسئله کمک‌هزینه برای همسر است. او مشتاق آن است. مرد مصمم است که او آن را نداشته باشد.» تا اواخر سال ۱۹۳۸، «لیدیز هوم ژورنال» یک نظرسنجی ملی بزرگ با موضوع «زنان آمریکا درباره پول چه فکر می‌کنند؟» انجام داد و پرسید «آیا یک همسر باید کمک‌هزینه منظم برای خانه‌داری داشته باشد؟» آن‌ها دریافتند که ۸۸ درصد از پاسخ‌دهندگان زن، بدون توجه به وضعیت تأهل یا مکان جغرافیایی، پاسخ مثبت دادند. و ۹۱ درصد از زنان جوان‌تر (زیر سی سال) موافق بودند. با این حال، تنها ۴۸ درصد از همسران واقعاً کمک‌هزینه دریافت می‌کردند.

شوهران در برابر کمک‌هزینه مقاومت می‌کردند زیرا این رسماً بخشی جداگانه و مشخص از درآمدشان را جدا می‌کرد و آن را «مال او» می‌کرد، در نتیجه کنترل مالی زن را افزایش می‌داد. در یک «مورد معمولی» که توسط خواننده‌ای از «گود هاوس‌کیپینگ» گزارش شد، یک کشیش از درخواست پول همسرش گیج شده بود: «نمی‌فهمم چرا او باید پولی داشته باشد. من تمام صورت‌حساب‌ها را پرداخت می‌کنم تا زمانی که او در سفارش‌هایش معقول و اقتصادی باشد.» منتقدان کمک‌هزینه بدون محدودیت مرتباً به ناتوانی مالی ادعایی زنان اشاره می‌کردند. برای مثال، شکوه‌های «مرد ساده»، نویسنده کتاب *جنگالی/شتباهات خانگی زنان*، را در نظر بگیرید که می‌گفت: «به افرادی که نمی‌توانند دو و دو را جمع کنند، نمی‌توانند پول نگه دارند، نمی‌دانند چگونه پول خرج کنند، هیچ سابقه‌ای از آنچه دریافت می‌کنند نگه نمی‌دارند، و نمی‌دانند چیزی باید چقدر هزینه داشته باشد یا داشته است، ما امور مالی خانه‌هایمان را می‌سپاریم.»

کمک‌هزینه همچنین نوعی سردرگمی اضافی ایجاد کرد. این چه نوع پولی بود؟ اگر قرار نبود کمک‌هزینه دیگر یک سهمیه یا هدیه باشد، نمی‌توانست به پرداخت برای خدمات تبدیل

شود. در واقع «پرداخت» به همسر غیرقانونی بود زیرا او را «خدمتکار و خدمتگزار در خانه‌ای که باید وظایف زناشویی را با فداکاری و محبت انجام دهد» می‌کرد. در سال ۱۹۲۶، وقتی یک «خانه‌دار آشفته» به فرماندار مینه‌سوتا نامه نوشت و شکایت کرد که «دختر استخدام‌شده همسایه‌ام می‌تواند حقوقی ۶۰ دلاری در ماه، با غذا و اتاق رایگان بگیرد... اما من، به عنوان خانه‌دار، حتی یک سنت برای نیازهای خودم نمی‌گیرم»، دفتر دادستان کل، طبق گزارش «نیویورک تایمز»، پاسخ داد که هیچ قانونی وجود ندارد «که شوهر را مجبور کند به همسرش حقوق بدهد». در حالی که برخی ناظران گاه به گاه پیشنهاد می‌کردند که از آنجا که «مقداری پول باید... بین سرپرست خانه و اعضای خانوارش رد و بدل شود»، این انتقال ممکن است به عنوان یک قرارداد تجاری تلقی شود، اکثر حامیان کمک‌هزینه مراقب بودند که آن را از پرداخت متمایز کنند. نویسندeh‌ای در *فوروم* توصیه کرد: «به مردی که می‌گوید، 'اما من نمی‌توانم به همسرم مثل یک خدمتکار پول بدهم'، باید پاسخ داد 'قطعاً نه'. او یک شریک است و به عنوان شریک، حق دارد سهمی از سودها داشته باشد.» در واقع، برخی از حامیان کمک‌هزینه استدلال می‌کردند که یک ارز خانگی عادلانه زنان را از ضرورت کسب دستمزد بازار برای تأمین «کمی پول اضافی» بدون نیاز به درخواست از شوهرانشان محافظت می‌کرد.

اگر تعریف کمک‌هزینه دشوار بود، تنظیم آن نیز سخت بود. از آنجا که پرداخت نبود، مقدار واقعی پول درگیر نمی‌توانست به عملکرد وظایف همسری بستگی داشته باشد. در حالی که معمولاً انتظار می‌رفت «متناسب با درآمد شوهرش» باشد، در عمل، همان‌طور که یک سرمقاله «نیویورک تایمز» اشاره کرد، یک «سؤال ظریف» باقی می‌ماند و اغلب «اختلاف نظر شدیدی درباره اندازه آن» ایجاد می‌کرد. استفاده‌های کمک‌هزینه نیز نامشخص باقی می‌ماند. آیا صرفاً برای خانوار بود؟ اگر مازادی وجود داشت، چه کسی «مالک» آن بود؟ آیا نیازهای شخصی زنان را پوشش می‌داد؟

کمک‌هزینه در مقابل حساب مشترک: کمک‌هزینه به عنوان پول «بد»

در فوریه ۱۹۲۵، کشیش هوارد ملیش، رئیس کلیسای تثلیث مقدس در بروکلین، در سخنرانی برای باشگاه زنان شهر نیویورک درباره اهمیت استقلال اقتصادی همسر، داستان زیر را نقل کرد: «دیروز»، ملیش به شنوندگانش گفت، «از یک خانم مسن پرسیدم... نظرش درباره یک ازدواج شاد چیست. بدون لحظه‌ای تردید پاسخ داد 'کمک‌هزینه'». اما این داستان نتیجه معکوس داد. روز بعد، در سرمقاله‌ای با عنوان «آن‌ها بیش از این می‌خواهند»، «نیویورک تایمز» دیدگاه جدید و انتقادی نسبت به کمک‌هزینه‌ها را بیان کرد: «با پذیرش... برابری خدماتی که همسر و شوهر در... واحد خانواده ارائه می‌دهند، چرا باید یکی به جای دیگری 'کمک‌هزینه' داشته باشد و... چرا باید 'کمک‌هزینه' توسط شوهر تعیین شود و به عنوان لطف اعطا گردد؟» سرمقاله نتیجه گرفت که کمک‌هزینه‌ها «برای زیردستان از جانب بالادستان» هستند و بنابراین ارزی نامناسب برای زن مدرن.

در دهه ۱۹۲۰، حتی با شدت گرفتن حمایت عمومی از کمک‌هزینه‌ها، انتقاد فزاینده‌ای از سیستم کمک‌هزینه از سوی کسانی که آن را به عنوان شکلی ناعادلانه و حتی تحقیرآمیز از پول خانگی می‌دیدند، به وجود آمد. کریستین فردریک آن را «یادگاری از زمان‌های گذشته که زنان ظاهراً برای مدیریت پول بیش از حد بی‌تجربه بودند» اعلام کرد. فردریک، رهبر جنبش محبوب کارایی خانگی، کمک‌هزینه را به عنوان طرحی «غیرتجاری» رد کرد که هدف مدرن اداره خانه به همان منطقی یک کارخانه یا دفتر را تضعیف می‌کرد. بنجامین آر. اندروز، یک مرجع شناخته‌شده در اقتصاد خانگی، توضیح داد که «جبران خانه‌دار به عنوان کارگر از همان نوع جبران همه کارگران است - این زندگی‌ای است که او از آن لذت می‌برد.» اینکه دستمزد او «به شکل درآمد پولی مانند پакت حقوق شوهرش برای کار بیرونش» نبود، چندان مهم نبود. همسر «دستمزد واقعی» دریافت می‌کرد، به این معنا که «غذا، لباس، سرپناه و رضایت‌های فرهنگی از همه نوع» او برابر با مزایای شوهرش بود پس از اینکه درآمد نقدی او «توسط هزینه‌های خانواده به غذا، لباس» و غیره تبدیل می‌شد. اندروز نتیجه گرفت: «دستمزد او و دستمزد او معمولاً یکسان هستند».

با این حال، اکثر مخالفان کمک‌هزینه برای دستمزدهای خانگی فشار نیاوردند، بلکه از «کنترل مشترک کیف پول» دموکراتیک حمایت کردند. طبق یک تعریف طنزآمیز در مجله

«آمریکن مگزین»، شوهر خوب مدرن یک مرد «پنجاه-پنجاه» بود که «همسرش را به عنوان یک شریک واقعی در اعتماد خود می‌گیرد و در هر جزئیات با او منصفانه رفتار می‌کند... (به ندرت) او را کم می‌کند.» شوهران «بد» یا «مه‌افکن‌ها» بودند که «هرگز همسرانشان را در جریان چیزی قرار نمی‌دهند... آن‌ها همسرانشان را 'برای داشتن، نگه داشتن و گیج کردن' می‌گیرند؛ یا «سکه‌پران‌ها» بودند که امور مالی خود را پنهان می‌کردند اما به همسرانشان می‌گفتند که «به زور کافی برای زندگی دارند. او روز دوشنبه یک دلار به او می‌دهد با حالتی خیرخواهانه، و روز جمعه می‌پرسد کجا و چگونه آن را هدر داده است.» از سوی دیگر، «پنهان‌کار» وانمود می‌کرد که به همسرش اجازه می‌دهد بودجه خانواده را مدیریت کند اما «همیشه بخش قابل‌توجهی از آن را از طریق تحریف‌های مختلف نگه می‌داشت».

پول خانگی جدید و بهبودیافته قرار بود به اشتراک گذاشته شود، طراحی‌شده برای کاهش نابرابری جنسیتی و سنی. از خانواده‌ها خواسته شد که «شورای دوره‌ای دور یک میز برگزار کنند، با بحث صریح و محترمانه درباره راه‌ها و وسایل آن، و با توجه به اینکه چگونه و چقدر هر عضو می‌تواند در کار، پول، همکاری، به... این کل کسب‌وکار خانه کمک کند.» پدر و مادر به عنوان هیئت مدیره خانواده عمل می‌کردند و پول را بر اساس نیازهای متنوع آن تخصیص می‌دادند. سیستم مالی جدید همچنین شامل مبلغ مشخصی برای هزینه‌های شخصی هر عضو خانواده می‌شد، که به عنوان یک حق بودجه‌ای تلقی می‌شد و نه یک هدیه. «کیف پول شخصی» فقط امتیاز مرد نبود: همان‌طور که «لیدیز هوم ژورنال» توضیح داد، «چه در چند پنی کودکی باشد چه در... بسیاری از دلارهای بلوغ، [پول شخصی] به نظر می‌رسد یک دارایی مقدس باشد... بدون مقداری پول که متعلق به ما باشد و نه به بودجه، هیچ آزادی‌ای وجود ندارد.» به شوهران یادآوری شد که ادعای «من این مقدار یا آن مقدار را برای خودم نگه می‌دارم و بقیه متعلق به خانه است» «نادرستی» است. اگر «کیف پول خانوادگی» قرار بود به یک «صندوق شراکتی» واقعی تبدیل شود، طبق برنامه مالی جدید، «همه چیز متعلق به خانه است و سهم مرد برای هزینه‌های شخصی نمی‌تواند... بر سهم سایر اعضای خانواده اولویت داشته باشد».

اما چه تعداد زوج واقعاً دلار خانگی جدید را پذیرفتند؟ مطالعه «هارپرز» در سال ۱۹۲۸ با عنوان «ازدواج و پول» نشان داد که از ۲۰۰ پاسخ‌دهنده، تنها ۵۴ نفر آنچه مجله به عنوان ترتیب مالی «فمینیستی‌تر» توصیف کرد داشتند: حساب بانکی مشترک یا کیف پول مشترک. در سال ۱۹۲۹، در میدلتاون، لیندها گزارش دادند که اکثر زوجها به «انواع ترتیبات مالی موقت، کمابیش پر از جر و بحث» وابسته بودند. و حدود دو دهه بعد، مطالعه «کرسٹوود هایتس» درباره زندگی حومه‌ای نشان داد که با وجود هنجارهای دموکراتیکی که هزینه مشترک درآمد شوهر را دیکته می‌کرد، «همسر حتی به طور تقریبی نمی‌داند شوهرش چقدر درآمد دارد.» همسران هنوز باید «کمک‌هزینه‌های خانگی خود را دستکاری می‌کردند» تا بودجه شخصی «گزارش نشده» به دست آورند. به طور معناداری، کم‌دین‌های وودویل دهه ۱۹۲۰ همچنان با شوخی درباره استراتژی‌های خانگی زنان خنده می‌گرفتند: «اوه، او چقدر همیشه دوست داشت لباس‌هایم را تمیز کند؛ اغلب لکه‌ها را از لباس‌هایم پاک می‌کرد. یک شب او سه لکه را از شلوارم برداشت - یک پنج، ده و یک بیست دلاری.» اگر زنان شلوار می‌پوشیدند، یک شوخی استاندارد دیگر می‌گفت، یک همسر «نصفه‌شب بیدار می‌شد و از خودش پول می‌دزدید.» اگرچه امور مالی واقعی زنان خانه‌دار ممکن است به طور قابل‌توجهی بهبود نیافته باشد، اما تا سال ۱۹۳۰ معنای نمادین کمک‌هزینه همسر از نشانه‌ای از استقلال و کنترل خانگی به شکلی از تسلیم مالی تغییر کرده بود.

کمک‌هزینه شوهر: پول خانگی در طبقه کارگر

پول خانگی نه تنها توسط جنسیت، بلکه توسط طبقه اجتماعی خانوار نیز تعریف می‌شد. یک کتاب درسی اقتصاد خانگی پیشنهاد کرد که همسر طبقه کارگر ممکن است مورد حسادت زنان ثروتمندتر قرار گیرد. در حالی که این زنان به ندرت «پول نقد در دست دارند»، همسر یک کارگر اغلب «سیاست مالی خانواده را تعیین می‌کند و کنترل بودجه لازم را دارد.» در واقع، در مطالعه خود در سال ۱۹۱۷، مری کی. سیمخوویچ، محقق اجتماعی و فعال خانه‌های خیریه، دریافت که با افزایش درآمد یک خانواده، «نسبت کنترلی که همسر دارد

کاهش می‌یابد تا جایی که اغلب او صرفاً ذینفع شوهرش می‌شود.» به طور پارادوکسیکال، طبقه - در اکثر گروه‌های قومی - به نظر می‌رسید که با جنسیت در ساختار قدرت پول خانگی رابطه معکوس داشته باشد. در مطالعه خود در سال ۱۹۱۰ در همستد، پنسیلوانیا، مارگارت اف. باینتون دریافت که مردان «مایلند همه مسائل مالی را به همسرانشان بسپارند.» در روز پرداخت، کارگران دستمزد خود را به همسرانشان تحویل می‌دادند و «هیچ سؤالی درباره اینکه برای چه خرج می‌شود نمی‌پرسیدند.» در خانواده‌های طبقه کارگر، کمک‌هزینه معمولاً برای شوهران و فرزندان تعیین می‌شد، نه همسران. تحلیل لوئیز بی. مور از بودجه‌های کارگران مزدبگیر نشان داد که کمک‌هزینه برای «پول خرج کردن» در ۱۰۸ مورد از ۲۰۰ خانواده‌ای که او بررسی کرد، در نظر گرفته شده بود: ۹۴ مرد تمام یا بخشی از مبلغ داده‌شده را دریافت می‌کردند؛ و در ۲۹ خانواده، یک یا دو فرزند کمک‌هزینه داشتند. در اکثر خانواده‌های طبقه کارگر، به نظر می‌رسد همسر بود که «پول خرج کردن را بر اساس نیازها و درآمد هر فرد توزیع می‌کرد.» مطالعه تاریخی لسلی تنتلر درباره زنان طبقه کارگر از ۱۹۰۰ تا ۱۹۳۰ نتیجه می‌گیرد که این ترتیب مالی خانواده‌های طبقه کارگر قدرت اقتصادی زیادی به همسران می‌داد و خانه را «قلمرو آن‌ها» می‌کرد. در واقع، برای ناظران طبقه متوسط معاصر، به نظر می‌رسید شوهرانی که «سه‌میه روزانه از همسران نگهدارنده کیفشان را می‌پذیرند، معمولاً موجوداتی مطیع هستند.»

اما این مطالعات و مشاهدات ممکن است قدرت اقتصادی همسران طبقه کارگر را ایده‌آل‌سازی کرده و بیش از حد برآورد کرده باشند. بدون شک، مدیریت درآمد خانواده زنان را به طور فعال در امور مالی خانگی درگیر می‌کرد و به آن‌ها درجه‌ای از کنترل مدیریتی می‌داد. با این حال، آنچه نامشخص باقی می‌ماند، قدرت اختیاری واقعی آن‌هاست. در درجه اول، مدیریت پول در خانواده‌هایی با درآمد پولی محدود، وظیفه‌ای دشوار بود. اگرچه استانداردهای زندگی طبقه کارگر در آغاز قرن بهبود یافت، مطالعات بودجه خانوادگی شکنندگی زندگی مالی آن‌ها را نشان می‌دهد. دستمزد شوهران و فرزندان تقریباً به طور کامل برای غذا، لباس، سرپناه و بیمه خرج می‌شد. و صندوقدار بودن بار مسئولیت سنگینی بر دوش همسران می‌گذاشت: مشکلات مالی خانگی می‌توانست به راحتی (توسط اعضای

خانواده و همچنین افراد خارجی) به مدیریت نادرست زنان نسبت داده شود تا به بودجه محدود یا بازار کار نامنظم.

مهم‌تر از آن، به محض اینکه درآمد مازادی وجود داشت، کنترل ظاهری همسر بر کیف پول به سرعت سست می‌شد. اگرچه انتظار می‌رفت شوهر خوب ایده‌آل واقعاً تمام دستمزد خود را بدون کم و کاست به همسرش تحویل دهد و یک یا دو دلار در هفته برای استفاده شخصی خود دریافت کند، بسیاری این کار را نمی‌کردند. مطالعات انجام‌شده در منطقه غرب نیویورک در سال ۱۹۱۴ نشان داد که اگرچه «باور رایجی وجود دارد که کارگر آمریکایی دستمزدش را شب شنبه به همسرش تحویل می‌دهد و به او اجازه می‌دهد تمام هزینه‌ها را تقسیم کند»، اما اینکه همسر واقعاً چقدر از دستمزد شوهرش دریافت می‌کرد و او چه مقدار برای خودش نگه می‌داشت «به تنظیمات شخصی بین آن‌ها بستگی داشت و نه به یک قانون شناخته‌شده». شواهد درباره اینکه دقیقاً چگونه پول تخصیص می‌یافت بسیار محدود است. اما مطالعه منطقه غرب نشان می‌دهد که نتیجه معمولاً به نفع شوهر بود. یک همسر ایتالیایی توضیح داد: «البته آن‌ها تمام درآمدشان را نمی‌دهند. آن‌ها مرد هستند و شما هرگز راه‌هایشان را نمی‌دانید.» السا هرزفلد، کارگر خانه خیریه، در تحقیقات خود در سال ۱۹۰۵ درباره خانواده‌های منطقه غرب نیویورک دریافت که در حالی که برخی شوهران تمام دستمزد خود را به همسرانشان می‌دادند و کرایه و «پول آبجو» خود را پس می‌گرفتند، مردان دیگر «به اندازه‌ای که 'دوست دارند' یا 'به اندازه‌ای که بعد از شب شنبه باقی مانده' می‌دادند.» یک شوهر بیشتر درآمدش را در بانک سپرده‌گذاری می‌کرد و مقداری که «فکر می‌کرد برای خانوار لازم است در لیوان روی شومینه می‌گذاشت.» گاهی اوقات، هرزفلد اشاره کرد، «شوهر مقدار دستمزدش را به همسرش نمی‌گوید.» به طور مشابه، مطالعه بعدی در سال ۱۹۲۴ درباره کارگران غیرماهر در شیکاگو نشان داد که وقتی از همسران درباره درآمد هفتگی شوهرانشان سؤال شد، بیش از دو سوم آن‌ها مبالغ کمتری نسبت به درآمد واقعی ثبت‌شده در فیش حقوقی گزارش کردند. محقق نتیجه گرفت که مرد «ممکن است تمام درآمدش را به همسرش ندهد، بلکه فقط مقداری را که فکر می‌کند او باید برای خانواده خرج کند به او بدهد».

بنابراین، دیدگاه ایده‌آل‌شده از یک اقتصاد خانوادگی همبسته که توسط همسر هماهنگ و کنترل می‌شد، ادعاهای رقابتی برای پول درون خانواده را پنهان می‌کرد. پاکت حقوق شوهر همیشه در زمان ورود دست‌نخورده نبود. دستمزد فرزندان هم همین‌طور. فرزندان مزدبگیر که تحت تأثیر جذابیت‌های فرهنگ مصرفی قرار گرفته بودند، به طور فزاینده‌ای درآمد خود را نگه می‌داشتند یا دستکاری می‌کردند. دیوید ناساو دریافت که در اوایل این قرن، فرزندان مزدبگیری که «در هر زمینه دیگری مطیع بودند، هر کاری لازم بود برای نگه داشتن بخشی از درآمدشان برای خودشان انجام می‌دادند. آن‌ها دروغ می‌گفتند، تقلب می‌کردند، نیکل‌ها و دایم‌هایشان را پنهان می‌کردند، پاکت‌های حقوقشان را دستکاری می‌کردند.» در واقع، طبق یک گزارش، مادران دوست نداشتند پسرانشان در جاهایی کار کنند که انعام می‌گرفتند «زیرا در آن صورت نمی‌توانستند بدانند چه مقدار پول واقعاً متعلق به اوست.» برخلاف دستمزد، انعام یک کودک «مال خودش» تلقی می‌شد. در حالی که دختران کارگر بیشتر از برادرانشان احتمال داشت دستمزدشان را بدون کم و کاست تحویل دهند، همه آن‌ها این کار را نمی‌کردند. دختران کارگر ایتالیایی در منطقه غرب نیویورک به محققان گفتند که چقدر آسان است که یک چک حقوقی را هنگام اضافه‌کاری «کم کنند»: «هرچه درآمد داری با مداد روی پاکت نوشته شده است... این کار آسان است - فقط باید آن را پاک کنی، مقدار معمولی را بنویسی و باقی را در جیب خودت بگذاری».

حتی بخشی از پولی که همسر دریافت و کنترل می‌کرد، به پول خانه‌داری محدود بود. مانند زنان ثروتمندتر، همسر طبقه کارگر هیچ حق و دسترسی کمتری به یک صندوق شخصی نداشت. پول جیب برای هزینه‌های شخصی یک امتیاز مردانه یا حق یک کودک کارگر بود. بنابراین کمک‌هزینه شوهر طبقه کارگر نوع بسیار متفاوتی از پول نسبت به کمک‌هزینه همسران طبقه متوسط بود. اگرچه بخشی از آن برای هزینه‌های مفید، غذا، لباس یا حمل‌ونقل تخصیص داده می‌شد، اما همچنین یک صندوق مشروع برای لذت‌های شخصی بود. در واقع، مطالعه کتی پیس درباره اوقات فراغت زنان طبقه کارگر در نیویورک در آغاز قرن به وضوح نشان می‌دهد که مردان می‌توانستند هزینه سرگرمی‌هایشان - نوشیدن در کافه‌ها، رفتن به سینما و تئاتر، یا خرید تنباکو - را بپردازند، اما همسرانشان پولی برای

تفریحات شخصی نداشتند. با نگاه به زندگی والدینش در اوایل قرن بیستم، مونسینور لورنزو لاکاس، شصت و چهار ساله، به یاد آورد: «وقتی پدرم حقوقش را به خانه می‌آورد، پاکتش را تا آخرین پنی روی گوشه میز می‌گذاشت. مادرم آن را مدیریت می‌کرد. برای چند سنت اضافی، او شکلات در کارخانه‌ها می‌فروخت.» با این حال، این «پول کوچک» اضافی «برای هزینه‌هایش، برای یک لیوان آبجو هر از گاهی» بود. بنابراین، پول زنان هویتی جمعی حفظ کرد، در حالی که پول مردان و فرزندان متمایز و فردی شده بود. اگر یک همسر طبقه کارگر به پول بیشتری نیاز داشت، گزینه‌هایش محدود بود. با دسترسی اندک به حساب‌های اعتباری، او به خویشاوندان یا همسایگان روی می‌آورد، اما اغلب به گروگان‌فروش‌ها و وام‌دهندگان نیز مراجعه می‌کرد. گاهی اوقات زنان به فرزندان کوچک‌تر خود برای پول نقد اضافی وابسته بودند. در طی یک تحقیق دولتی درباره کار خانگی صنعتی در سال ۱۹۱۸، یک مادر توضیح داد که پسر کوچکش به او کمک می‌کرد تا تسبیح‌ها را در خانه ببندد زیرا او به «مقداری پول برای خودش» نیاز داشت. مادر دیگری به دندان مصنوعی نیاز داشت و «فکر کرد بچه‌ها ممکن است به همان خوبی به خرید آن‌ها کمک کنند».

رمان‌نویسان برخی از رقابت‌ها، سردرگمی‌ها و دردها را که در نشانه‌گذاری پول‌های خانگی طبقه کارگر دخیل بود، به تصویر کشیدند. برای مثال، خشم میزی را در نظر بگیرید - در رمان *موازی چهل و دوم* نوشته جان دوس پاسوس - وقتی به بانک پس‌انداز رفت تا پنج دلار «پول تولد» فرزندش را که برادرش بیل فرستاده بود، در حساب تحصیل فرزندانش واریز کند، اما متوجه شد که شوهرش مک مخفیانه ۵۳.۷۵ دلار برداشت کرده است. وقتی مک آن شب به خانه می‌آید، او با عصبانیت با او روبه‌رو می‌شود که «پول فرزندان خودت را دزدیده‌ای» و احتمالاً آن را «برای مشروب یا زن دیگری» هدر داده است. او نمی‌دانست که مک به پول برای پرداخت هزینه مراسم خاکسپاری عمو تیمش نیاز داشته است. وقتی مک قول می‌دهد پول را جایگزین کند، او او را مسخره می‌کند که «مرد کافی نیست که زندگی مناسبی برای همسر و فرزندان فراهم کنی، پس مجبور می‌شوی آن را از حساب بانکی بچه‌های بی‌گناहत برداری.» این ماجرا با ترک خانواده توسط مک به پایان می‌رسد. در *نان‌دهندگان* نوشته آنزیا یزیرسکا در سال ۱۹۲۵، روایتی نیمه‌خودزندگی‌نامه‌ای از بزرگ

شدن در منطقه شرق پایین نیویورک، راوی محبوب و اخیراً بازکشف شده زندگی مهاجران یهودی از اختلافات والدینش بر سر درآمد فرزندان می‌گوید. پدرش اصرار داشت که یک‌دهم دستمزد فرزندان به خیریه اهدا شود (همان‌طور که قانون یهودیت ارتدوکسی تجویز کرده بود)؛ «و او به انجمن‌ها و گروه‌های زیادی تعلق داشت که حتی بدون اینکه ما چیزی که می‌خواستیم برای خودمان بگیریم، پول برای همه خیریه‌هایی که پدر باید می‌داشت کافی نبود.» وقتی همسرش به او یادآوری کرد که بچه‌ها به پول برای لباس نیاز دارند و او را متهم کرد که با «پول خون دستمزد فرزندان» خیریه می‌دهد، پدر پاسخ داد که «جلوگیری از خیریه‌هایم... مثل جلوگیری از نفس خدا در من است».

با تشویق کارشناسان اقتصاد خانگی به کنترل مشترک دلار خانگی، سیستم مالی طبقه کارگر مشروعیت خود را از دست داد. مطالعات درباره خانواده‌های طبقه کارگر انگلیسی نشان می‌دهد که تغییر به سیستم طبقه متوسط کمک‌هزینه خانه‌داری برای همسران رخ داد. داده‌های محدود، تعیین اینکه آیا همین اتفاق در ایالات متحده رخ داد یا نه را دشوار می‌کند. در دهه ۱۹۲۰، وقتی لیندها در مونسی، ایندیانا مطالعه کردند، گزارش دادند که به ندرت پیش می‌آمد که یک شوهر چک حقوقش را تحویل دهد و به همسرش اجازه دهد اقتصاد خانوار را کنترل کند. اما تفاوت‌های طبقاتی به نظر می‌رسد که ادامه داشت: تا سال ۱۹۳۸، طبق نظرسنجی ملی «لیدی‌ز هوم ژورنال» درباره پول، تنها ۳۸ درصد از زنان در گروه‌های درآمدی زیر ۱۵۰۰ دلار کمک‌هزینه دریافت می‌کردند، در مقایسه با ۶۲ درصد از کسانی که در خانواده‌هایی با درآمد بیش از ۱۵۰۰ دلار بودند.

پول سنجاق در مقابل پول واقعی: تعریف درآمد زنان

چه اتفاقی می‌افتاد وقتی پول زنان از چک‌های حقوقی شوهرانشان نمی‌آمد؟ وقتی زنان برای غیرخویشاوندان کار می‌کردند، چه در خانه و چه برای دستمزد، مرز بین آن درآمد و پول جدی همچنان حفظ می‌شد، فقط به روش‌های متفاوت. برای مثال، در طبقه کارگر، درآمد یک زن متأهل، که معمولاً از مراقبت از مستأجران، خیاطی یا لباسشویی، یا در میان

خانواده‌های کشاورز، با فروش کره، تخم‌مرغ یا طیور به دست می‌آمد، همان وضوح چک حقوقی شوهرش را نداشت. از آنجا که کار او بخشی از مجموعه وظایف سنتی خانگی یک زن بود، پولی که او به دست می‌آورد با پول خانه‌داری خانواده ادغام می‌شد و معمولاً برای خانه و خانواده، برای لباس یا غذا خرج می‌شد. از نظر قانونی، در واقع، تا اوایل دهه‌های قرن بیستم، این درآمدهای خانگی متعلق به شوهر بود. و دادگاه‌ها به شدت با تبدیل پول همسر به دارایی ملموس او مخالف بودند. در تعداد فزاینده‌ای از پرونده‌های آسیب شخصی، که قانون باید تصمیم می‌گرفت آیا شوهر یا همسر حق جبران برای ناتوانی زن در کار را دارد، و همچنین در ادعاهایی که توسط طلبکاران مطرح می‌شد، دادگاه‌ها بر تمایز بین دلار خانگی و دستمزد کسب‌شده اصرار داشتند. اگر یک همسر در خانه کار می‌کرد، حتی اگر کارش برای غریبه‌ها انجام می‌شد، مانند مراقبت از یک مستأجر یا پرستاری از یک همسایه، آن پول درآمد واقعی تلقی نمی‌شد و بنابراین متعلق به شوهرش بود. به طور پارادوکسیکال اما معنادار، در برخی ایالت‌ها درآمد خانگی یک همسر می‌توانست دارایی او شود، اما فقط به عنوان هدیه شوهرش.

پول کسب‌شده خانگی، مانند کمک‌هزینه، هویتی جداگانه به عنوان یک هدیه حفظ کرد، نه به عنوان پول واقعی. پولی که زنان متأهل در نیروی کار به دست می‌آوردند نیز خاص و متفاوت بود. حتی نام خاص خود را داشت. اصطلاح «پول سنجاق»، که در انگلستان قرن هفدهم به معنای درآمد جداگانه و مستقلی برای استفاده شخصی همسر بود - و به عنوان یک بند رسمی در قراردادهای ازدواج طبقه بالا گنجانده می‌شد - در آمریکا در آغاز قرن، ریشه‌های اشرافی بریتانیایی خود را از دست داد و اکنون به معنای درآمد مکمل خانگی بود که توسط همسران به دست می‌آمد. با این حال، به عنوان درآمدی غیرجدی‌تر و بی‌اهمیت‌تر از درآمد شوهر تلقی می‌شد. همان‌طور که یک مقاله در سال ۱۹۰۳ در «هارپرز بازار» به درستی اشاره کرد: «هیچ مردی برای پول سنجاق کار نمی‌کند. خود این ایده باعث لبخند می‌شود».

مرز بین درآمد کسب‌شده زنان و حقوق شوهر همچنین با استفاده‌های متفاوت آن‌ها مشخص می‌شد. برای مثال، جان مودل، مورخ، پیشنهاد می‌کند که در میان خانواده‌های

بومی آمریکایی در اواخر قرن نوزدهم، «همه دلارها برابر نبودند»، و درآمد زنان (و همچنین فرزندان) به طور متفاوت و با آزادی کمتری نسبت به درآمد شوهر خرج می‌شد. در میان خانواده‌های کشاورز، پول تخم‌مرغ و کره زنان از پول گندم یا ذرت شوهران متمایز بود. مورخ جوآن جنسن پیشنهاد می‌کند که یک اقتصاد دوگانه وجود داشت، که زنان و فرزندان هزینه‌های زندگی را تأمین می‌کردند.

زنان کشاورز و فرزندان‌شان هزینه‌های زندگی را تأمین می‌کردند، در حالی که شوهران برای وام‌های مسکن و ماشین‌آلات جدید پرداخت می‌کردند. همسر یک کشاورز در ایلینوی، که به نوشتن علاقه داشت و مکاتبات گسترده‌ای انجام می‌داد، توضیح داد که با وجود شکایت‌های شوهرش از هزینه‌های مواد نوشتاری‌اش، «طبیعتاً من این هزینه‌ها را از درآمد ناچیز خودم پرداخت می‌کنم.» اما همسایگانش از سرگرمی غیرسودآور او انتقاد می‌کردند، در حالی که با افتخار از «تعداد تخم‌مرغ‌ها و مرغ‌های قدیمی‌ای که فروخته‌اند» تعریف می‌کردند. برای زنان طبقه متوسط شهری، روش‌های محتاطانه کسب درآمد سنجاق (مانند تهیه مربا، ترشی یا کیک پوندی؛ بافتن شال یا ژاکت؛ یا پرورش طیور یا گربه‌های آنگورا) مورد تأیید بود، اما باز هم فقط برای انواع خاصی از هزینه‌ها - برای مثال، خیریه، یا «درس‌های موسیقی یا هنر یک دختر». مقاله‌ای در مجله «همراه خانه زنان» اشاره کرد: «جریانی کوچک از نقره به خزانه او سرازیر خواهد شد» و در مواقع ضروری، می‌تواند «کلاه جدیدی بخرد یا برای تولد یک تفریح فراهم کند، اشتراک یک مجله را پرداخت کند یا بلیط کنسرت بگیرد».

در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰، با ورود بیشتر زنان متأهل به نیروی کار، درآمدهای آن‌ها، صرف‌نظر از مقدارش، همچنان به عنوان پول سنجاق تعریف می‌شد، به عنوان درآمد مکمل طبقه‌بندی می‌شد و برای هزینه‌های اضافی خانواده یا در میان زوج‌های مرفه‌تر به عنوان پول «تفریحی» غیرضروری کنار گذاشته می‌شد. برای مثال، در سال ۱۹۲۸، یک زن به گزارشگر مجله «اوت‌لوک» گفت که درآمدش را صرفاً برای خرید لباس کنار می‌گذارد. دیگری توضیح داد: «ما پول من را برای سفرهای اضافی به خارج از کشور، عتیقه‌جات، هر چیز تجملی خرج می‌کنیم.» برخی دیگر از حقوق‌شان برای پرداخت دستمزد خدمتکار استفاده می‌کردند

و بقیه را پس انداز می کردند. داستانی در «ساتردی ایونینگ پست»، چهار سال بعد، از نظریه مداوم «همسر همه را نگه می دارد» درباره درآمد زنان گزارش داد. از زوج هایی که همسرشان شاغل بود پرسیده شد پول او برای چه استفاده می شود: «همه را برای خودش نگه می دارد... پس انداز می کند، خرج می کند، هر طور که دوست دارد»، پاسخ رایجی بود: «مهم این است که... نباید به شوهرش کمک کند».

نگه داشتن پول به صورت خانگی

پول خانگی بنابراین نوعی ارز بسیار خاص است. درک معانی متغیر، تخصیص و استفاده های آن در ایالات متحده بین دهه های ۱۸۷۰ و ۱۹۳۰ بدون آگاهی از «کد» فرهنگی جدید و تغییرات اجتماعی همراه آن دشوار خواهد بود. در مورد زنان متأهل، پول آن ها به طور معمول از پول جدی با ترکیبی پیچیده از ایده ها درباره زندگی خانوادگی، ساختار قدرت در حال تغییر درون خانواده و طبقه اجتماعی جدا می شد. انتظارات متعارف از خانواده به عنوان یک حوزه خاص و غیرتجاری، هر گونه نفوذ آشکار بازار در امور خانگی را نه تنها ناخوشایند بلکه تهدیدی مستقیم برای همبستگی خانوادگی می کرد. بنابراین، صرف نظر از منابعش، هنگامی که پول وارد خانوار می شد، تخصیص، محاسبه و استفاده های آن تحت مجموعه ای از قوانین خانگی قرار می گرفت که از قوانین بازار متمایز بود. پول خانواده غیرقابل تبدیل بود؛ موانع اجتماعی از تبدیل آن به دستمزدهای معمولی جلوگیری می کرد. اما فرهنگ خانواده به طور یکسان بر اعضای آن تأثیر نمی گذاشت. جنسیت تمایز دیگری از نوع غیربازاری را در جریان وجوه خانگی ایجاد می کرد: پول همسر همان نوع پول شوهرش نبود. وقتی همسر دستمزدی کسب نمی کرد، جنسیت بسیاری از چیزها را شکل می داد:

۱- تخصیص پول او: در خانواده ای با ساختار سلسله مراتبی، شوهران بخشی از درآمد خود را به همسرانشان به عنوان هدیه یا، به ندرت، به عنوان یک حق می دادند. برای به دست

آوردن پول اضافی، همسران محدود به درخواست کردن و دلجویی کردن بودند، یا اینکه دزدی کنند.

۲- زمان‌بندی این تخصیص: این یا زمان‌بندی مشخصی نداشت (روش سهمیه)، به طوری که برای به دست آوردن پول، همسر باید هر بار درخواست می‌کرد؛ یا الگویی هفتگی یا ماهانه را دنبال می‌کرد (کمک‌هزینه).

۳- استفاده‌های پول او: پول همسران به معنای پول خانه‌داری بود، تخصیصی ضروری که به هزینه‌های خانوادگی محدود می‌شد و شامل پول خرج کردن شخصی نمی‌شد. پول جیب یک انتظار بودجه‌ای برای شوهران و فرزندان بود، اما نه برای همسران.

۴- مقدار پول او: همسران معمولاً مبالغ کمی پول دریافت می‌کردند. مقدار کمک‌هزینه نه بر اساس کارایی یا حتی مقدار مشارکت‌های خانگی همسر، بلکه بر اساس باورهای رایج درباره مقدار مناسب برای دریافت همسر تعیین می‌شد. بنابراین، چک حقوقی بزرگ‌تر برای شوهر لزوماً به افزایش کمک‌هزینه خانه‌داری منجر نمی‌شد. بر اساس اقتصاد جنسیتی، در واقع ممکن بود صرفاً پول شخصی شوهر را افزایش دهد.

تغییرات در نقش‌های جنسیتی و ساختار خانواده بر معنا و روش‌های تخصیص پول زنان متأهل تأثیر گذاشت. روش سنتی سهمیه یا «درخواست» با گسترش نقش مصرف‌کننده زنان، نه تنها ناکارآمد بلکه در ازدواج‌های روزافزون برابرطلبانه نامناسب شد. کمک‌هزینه، که در اوایل قرن به عنوان روش تخصیص عادلانه‌تر ستایش می‌شد، به نوبه خود توسط کارشناسان کارایی خانگی در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ به عنوان پرداختی نامطلوب برای همسران مدرن محکوم شد. حساب مشترک به عنوان ایده‌آل فرهنگی جدید ظهور کرد. اما در مورد استفاده‌های پول زنان متأهل چه؟ برخلاف تنوع روش‌های تخصیص، نشانه‌گذاری درآمد خانه‌داری همسر برای مصرف جمعی به طور قابل‌توجهی پایدار باقی ماند. با وجود افزایش فردگرایی در الگوهای مصرف و تشویق کارشناسان اقتصاد خانگی برای تخصیص

وجوه شخصی برای هر عضو خانواده در بودجه خانگی، پول خرج کردن شخصی برای همسران همچنان از طریق حيله یا با احساس گناه خرج می‌شد.

جنسیت حتی بر پول زنان تأثیر می‌گذاشت وقتی درآمدشان کسب‌شده بود. دستمزد یا پول سنجاق همسر، صرف‌نظر از مقدارش و حتی وقتی برای خانواده درآمد موردنیازی فراهم می‌کرد، همچنان نوعی پول کمتر اساسی نسبت به دستمزد شوهرش باقی می‌ماند. یا جمع‌سازی می‌شد یا بی‌اهمیت تلقی می‌شد، در صندوق خانه‌داری ادغام می‌شد و بنابراین از درآمد جمع‌ی تفکیک نمی‌شد، یا به عنوان درآمدی مکمل برای هزینه‌های خانوادگی (تحصیل فرزند یا تعطیلات) یا برای اهداف بی‌اهمیت (لباس یا جواهرات) تعیین می‌شد. بی‌اهمیت‌سازی درآمد زنان فراتر از اقتصاد خانگی خصوصی گسترش یافت. برای مخالفان کار زنان، پول سنجاق ارزی غیرمسئولانه از نظر اجتماعی بود، درآمدی لوکس که دستمزدهای تأمین‌کننده واقعی را تهدید می‌کرد. بنابراین، با وجود شواهد قوی مبنی بر اینکه پول سنجاق اغلب در واقع «پین اتصال خانواده» بود، تنها وسیله برای نگه داشتن خانواده در کنار هم و تأمین مخارج، درآمد زنان به طور سیستماتیک به عنوان «پول برای زیورآلات و چیزهای بی‌ارزش» بدنام شد.

اما گردش پول خانگی تنها توسط جنسیت شکل نمی‌گرفت. طبقه اجتماعی مجموعه دیگری از محدودیت‌ها را بر نقدینگی پول افزود. روش طبقه متوسط برای تخصیص پول خانوار در طبقه کارگر معکوس بود، جایی که همسران به جای دریافت کمک‌هزینه، آن را توزیع می‌کردند. قدرت مدیریتی همسر طبقه کارگر بنابراین بیشتر از همتای طبقه متوسط بود، اگرچه قدرت اختیاری او ممکن است تفاوت قابل‌توجهی نداشته باشد. زندگی فرهنگی و اجتماعی پیچیده پول خانگی بنابراین محدودیت‌های یک مدل صرفاً ابزاری و عقلانی‌شده پول بازار را نشان می‌دهد که تفاوت‌های کیفی بین انواع پول در دنیای مدرن را پنهان می‌کند. پول‌های خانگی انتقال‌های متمایزی هستند؛ نه صرفاً نوعی تبادل اقتصادی بی‌روح و غیرشخصی، بلکه ارزش‌های معناداری هستند که توسط حوزه خانگی که در آن گردش می‌کنند و توسط جنسیت و طبقه اجتماعی «مدیران پول» خانگی شکل می‌گیرند.

کودکان نیز پول خانگی را مدیریت می‌کردند. در واقع، بین دهه‌های ۱۸۷۰ و ۱۹۳۰، پول کودکان موضوع مناقشه بزرگی در درون خانواده‌ها و میان کارشناسان آموزشی شد. کودکان، مانند مادرانشان، در تنگنای تمرین مصرف‌گرایی بدون داشتن درآمد خودشان گرفتار بودند. با توجه به اینکه قوانین کار کودکان اکثر کودکان را از کار محروم کرد، این معضل شامل کودکان همه طبقات اجتماعی می‌شد. مقامات توافق داشتند که نباید به کودک پول به صورت هدیه داده شود: چنین هدایایی از والدین، خویشاوندان و دوستان «کودک را به گدا تبدیل می‌کرد». همچنین دستمزد خانگی مناسب نبود: چنین پرداخت‌هایی مرز بین خانه و بازار را تهدید می‌کرد. کمک‌هزینه - به عنوان سهم مشروع کودک از درآمد خانواده - به عنوان درآمد مناسب برای کودکان ظهور کرد. اما معنا، روش تخصیص و استفاده‌های متفاوتی نسبت به کمک‌هزینه همسران طبقه متوسط یا مردان طبقه کارگر داشت. با نظارت دقیق والدین، کمک‌هزینه عمدتاً به عنوان پول آموزشی تعریف می‌شد، که به کودکان مهارت‌های اجتماعی و اخلاقی مناسب، همچنین مهارت‌های مصرف‌کننده را آموزش می‌داد.

البته، مارکس و انگلس تا حدی درست می‌گفتند وقتی بورژوازی را متهم کردند که روابط خانوادگی را «به یک رابطه صرفاً پولی» کاهش داده است. همان‌طور که دیدیم، نگرانی‌های پولی به طور فزاینده‌ای به خانوار آمریکایی نفوذ کرد. در واقع، در دهه ۱۹۲۰ برخی ناظران به طعنه پیش‌بینی کردند که اشتیاق ملی برای خانه‌داری و بودجه‌بندی عقلانی‌شده، «خانه، خانه شیرین» را به «خانه، خانه حلال» تبدیل خواهد کرد، با «مادر و پدر به عنوان یک جفت صندوقدار، و بچه‌ها به ماشین‌های جمع‌کننده کوچک». اما چنین کابوس‌هایی از جهانی تجاری‌شده، پیچیدگی و متقابل بودن پدیده پولی‌سازی را به تصویر نکشید. پول وارد خانه‌های آمریکایی شد، اما در این فرآیند تغییر یافت و بخشی از ساختار روابط اجتماعی و معانی خانواده شد.

با نزدیک شدن به آغاز قرن بیست و یکم، این خانگی‌سازی پول قانونی هنوز تا حدی یک راز باقی مانده است. در حالی که خانوارها با نرخ بالای طلاق متحول می‌شوند، در حالی که ازدواج مجدد شبکه‌های خویشاوندی جدیدی ایجاد می‌کند، در حالی که واحدهای

تک‌والدینی به طور چشمگیری افزایش می‌یابد و زوج‌های نامتاهل دگرجنس‌گرا یا همجنس‌گرا خانواده‌های جدیدی تشکیل می‌دهند، در حالی که اشتغال زنان گسترش می‌یابد و اشتغال خانگی دوباره ظاهر می‌شود، ما به سختی می‌دانیم که همه این‌ها چگونه بر پول‌های خانگی تأثیر می‌گذارد.

اگرچه کارهایی مانند کار ژان لائو، انسان‌شناس شناختی، نشان می‌دهد که نشانه‌گذاری خانگی امروزه همچنان زنده و پابرجاست، محققان عمدتاً به این موضوع پرداخته‌اند که درآمدهای نسبی یک زوج چگونه ساختار قدرت خانگی را تغییر می‌دهد، به‌ویژه تأثیر افزایش درآمد همسر. و آن‌ها متوجه می‌شوند که در واقع درآمد بالاتر یک زن متأهل معمولاً خودمختاری مالی و نفوذ خانگی او را افزایش می‌دهد. اما با بررسی عمیق‌تر، پژوهشگران زندگی خانوادگی الگوهای گیج‌کننده‌ای را کشف می‌کنند. برای مثال، یافته‌های «زوج‌های آمریکایی»، یک نظرسنجی گسترده از خانوارهای معاصر، نشان می‌دهد که گاهی اوقات چک حقوقی همسر - حتی وقتی او بیشتر از شوهرش درآمد دارد - تفاوت کمی در قدرت خانگی او ایجاد می‌کند: او همچنان «سرنوشت مالی خود را در دستان او قرار می‌دهد و کنترل نهایی بر پولشان را به او واگذار می‌کند». یک مشاور مالی موارد مشابهی را گزارش می‌دهد، مانند مشتری‌ای که «برای بردن کمیسیون‌ها در محل کار با تمام وجود می‌جنگید، سپس به خانه بازمی‌گشت و با رضایت چک‌هایش را به شوهرش تحویل می‌داد. سپس او مقدار کمک‌هزینه ماهانه‌اش را تعیین می‌کرد».

وقتی صحبت از تقسیم کار خانگی می‌شود، درآمد یک زن نیز به روش‌های غیرمنتظره‌ای عمل می‌کند. اگرچه پول او تا حدی بر میزان مشارکت شوهرش در وظایف خانگی تأثیر می‌گذارد، این اثر به طور قابل‌توجهی کوچک است و گاهی پارادوکسیکال. وقتی جامعه‌شناس آرلی هوک‌شیلد - به عنوان بخشی از مطالعه‌اش درباره خانواده‌های دوشغلی - به شوهرانی که کمتر از همسرانشان درآمد داشتند نگاه کرد، متوجه شد که هیچ‌کدام از آن‌ها در کارهای خانه مشارکت نمی‌کردند. آنچه هوک‌شیلد «منطق کیف پول» می‌نامد، همچنین در مورد استفاده‌های دستمزد زنان شکست می‌خورد. به‌ویژه در مواردی که همسران درآمد ثانویه را فراهم می‌کنند، درآمدهای او اغلب برای هزینه‌های خاصی

نشانه‌گذاری می‌شود، مانند تحصیل فرزندان، پرداخت‌های وام مسکن، هزینه‌های پرستار بچه و نظافت خانه، یا تجملات. نویسندگان «زوج‌های آمریکایی» به «سیستم حسابداری جالبی» اشاره می‌کنند که در آن پول شوهر به عنوان پول خانواده تعریف می‌شود، اما «همسر ممکن است فکر کند پولی که او به دست می‌آورد خارج از حساب مشترک است». با این حال، به طور معناداری، با وجود فرض رایج که پول او برای تجملات شخصی است در حالی که پول او مالکیت جمعی است، در واقع درآمد اضافی همسر به احتمال زیاد نسبت به درآمد شوهرش برای نیازهای خانواده خرج می‌شود تا نیازهای شخصی او. یک مطالعه مهم بریتانیایی درباره پول و ازدواج شواهد بیشتری ارائه می‌دهد که چگونه استفاده متفاوت پول توسط زنان عمل می‌کند؛ به نظر می‌رسد وقتی همسران امور مالی خانوار را کنترل می‌کنند، نسبت بیشتری از درآمد جمعی احتمالاً برای غذا و هزینه‌های زندگی روزانه خرج می‌شود تا زمانی که شوهران مسئول هستند. به نظر می‌رسد شوهران همچنان به احتمال زیاد نسبت به همسرانشان پول خرج کردن شخصی را حفظ می‌کنند.

در حالی که محققان سعی می‌کنند انتقال‌های خانگی معاصر را توضیح دهند، شروع به بررسی دقیق‌تر آنچه برای درآمد هنگامی که بخشی از خانوار می‌شود، کرده‌اند. اکثر تحلیلگران نتیجه می‌گیرند که معانی، تخصیص و استفاده‌های پول خانگی عمدتاً به پایداری نسبی ایدئولوژی «تأمین‌کننده مرد» بستگی دارد. تا زمانی که زوجها به مفهوم شوهر به عنوان درآمدآور اصلی پایبند باشند، واقعاً اهمیتی ندارد که یک زن چقدر درآمد داشته باشد؛ درآمد او متفاوت، کمتر مهم و در نهایت قابل چشم‌پوشی تلقی خواهد شد. برای آرلی هوک‌شیلد، باورهای زوج درباره قدرت نسبی مردان و زنان است که «سیستم حسابداری اخلاقی» خانوار را شکل می‌دهد؛ همسرانی که بیشتر از شوهرانشان درآمد داشتند در واقع با انجام کارهای خانه بیشتر، قدرت بیشتر خود را «متعادل» می‌کردند. دیگر پژوهشگران بر تأثیرات سیستم‌های حسابداری در خانوار تمرکز می‌کنند و پیشنهاد می‌دهند که سیستم‌های حسابداری جداگانه برای شوهر و همسر، امور مالی خانوار را عادلانه‌تر و منطقی‌تر تخصیص می‌دهد، در حالی که درآمدهای مشترک به ترتیبات خانگی نابرابر منجر می‌شود. در نهایت، با این حال، همان‌طور که دو متخصص در زوج‌های معاصر استدلال

کرده‌اند، اثر درآمدهای جداگانه به ایدئولوژی جنسیتی گره خورده است: اگر زوجها نقش تأمین‌کننده مرد را رد کنند، آنگاه یک سیستم حسابداری جداگانه قدرت خانگی همسران را افزایش خواهد داد؛ اما در خانوارهای سنتی، درآمد جداگانه یک زن به عنوان پول سنجاق به حاشیه رانده می‌شود و هیچ قدرت اضافی برای او به ارمغان نمی‌آورد.

تحقیقات اخیر جامعه‌شناس کاتلین گرسون یک گام فراتر از این یافته‌ها می‌رود. بررسی او درباره تنوع در مشارکت خانوادگی مردان آمریکایی نشان می‌دهد که درآمد همسران به شکل‌گیری اقتصاد خانگی کمک می‌کند، اگرچه نه به روش‌های مورد انتظار. سهم همسر از درآمد کسب‌شده به طور مستقیم به قدرت در خانوار تبدیل نمی‌شود، اما ترکیب درآمد او و چشم‌اندازهای شغلی بلندمدتش ممکن است روابط اجتماعی برخی زوجها و همچنین هویت شوهر را بازتعریف کند، و از نقش سنتی نان‌آور به ترتیبات برابرتر آنچه گرسون «پدران درگیر» می‌نامد، تغییر کند. و در حالی که شوهران سنتی همچنان درآمد همسرانشان را - به قول یکی از پاسخ‌دهندگان - «اضافی» می‌دانند، زوجها برابرطلب‌تر، هرچند هنوز در اقلیت، پول‌هایشان را مشترک کردند و همه دلارها را برابر تلقی کردند. از یک منظر، این تفسیر به مشاهدات من درباره سازماندهی در حال تغییر پول در خانوارهای آمریکایی بسیار نزدیک است. برخلاف معادله ساده پول با قدرت و عقلانیت، مقدار درآمد به خود استفاده یا کنترل آن‌ها را تعیین نمی‌کند؛ تخصیص پول خانوار همیشه به درک‌های پیچیده و ظریف درباره روابط میان اعضای خانوار بستگی دارد. علاوه بر این، یک توضیح ایدئولوژیک کاملاً ناقص به نظر می‌رسد: در موقعیت پس از موقعیت، ما دیده‌ایم که خود ایدئولوژی‌ها در تعامل با شیوه‌ها و روابط اجتماعی موجود تغییر می‌کنند: به یاد بیاورید که چگونه نیازهای مدیریت مصرف روزافزون تجاری‌شده، دیدگاه پول خانگی همسر به عنوان هدیه شوهرش را تضعیف کرد. تعجب‌آور نخواهد بود اگر تعامل مشابهی بین ایدئولوژی، عمل و روابط اجتماعی امروزه نیز در حال کار باشد.

علاوه بر این، ارتباط با اشخاص ثالث - کارفرمایان، خویشاوندان، مقامات و البته فرزندان - به شدت بر روش‌هایی که اعضای خانوار استفاده از پول خود را سازماندهی می‌کنند تأثیر می‌گذارد؛ باقی‌مانده کتاب این روابط را با جزئیات بیشتری کاوش خواهد کرد. به نظر

می‌رسد که این نوع ارتباطات بر شیوه‌های پولی خانوار امروز تأثیر می‌گذارد. برای مثال، یک مطالعه اخیر دسترسی کودکان به درآمد خانواده را مستند می‌کند و تخمین می‌زند که به طور متوسط، یک کودک حدود ۴۰ درصد از سهم یک بزرگسال از آن درآمد را دریافت می‌کند. به وضوح، به این روش و روش‌های دیگر، حضور فرزندان به طور قابل‌توجهی بر تخصیص درآمد خانوار تأثیر می‌گذارد. اگر سهم همسر از درآمد خانوار دیگر به عنوان هدیه از شوهرش تعریف نشود، تا حدی همین امر برای سهم فرزندان نیز صادق است. با این حال، این به هیچ وجه به این معنا نیست که انتقال‌های هدیه - پولی یا غیره - به نفع نوعی خنثی بودن بازارمحور در حال محو شدن هستند. بیایید با دقت بیشتری به جایگاه هدایای پولی در زندگی آمریکایی نگاه کنیم.

فصل سوم: پول هدیه

در شماره دسامبر ۱۹۰۹، مجله «لیدیز هوم ژورنال» گزینه‌ای غیرمعمول به فهرست سالانه هدایای جدید و مناسب کریسمس خود افزود. چرا پول کریسمس را برای دوستان و خانواده نفرستیم؟ لو النور کولبی پیشنهاد داد. کولبی با اعتراف به اینکه ابتدا پول را به عنوان هدیه‌ای ناکافی «که حتی به ذهن خطور نمی‌کرد» رد کرده بود، به خوانندگان ژورنال گفت که تصمیم گرفت «پول را طوری مبدل کند که به نظر یک معامله تجاری صرف نیاید»، و به دنبال راه‌هایی بود که «بتوانم کمی از شخصیت خودم را در هدیه قرار دهم». او گزارش داد که مادرش از دریافت ۱۰ دلار که با مهارت به یک اثر هنری تبدیل شده بود، هیجان‌زده شد: یک اسکناس ده دلاری به ده اسکناس یک دلاری تبدیل شده و در دو پوستر قرار داده شده بود. یک تصویر پنج اسکناس یک دلاری غمگین را نشان می‌داد که نمی‌دانستند کجا بروند، در حالی که پوستر دوم پایان خوشی را به تصویر می‌کشید: «پنج دلار کوچک که با شادی به سمت کیف مادرم می‌رفتند». یک «شعر دلاری» هدیه را کامل کرد، با بیت آخرش که پیشنهاد می‌داد گاهی اوقات:

جمع کردن پول کار درستی است که باید انجام شود

قلب این مادر هیچ غم نمی‌بیند

اگر دلارها را نزد خودش داشته باشد.

اما تبدیل پول به یک هدیه مناسب فقط ابداع هوشمندانه لو النور کولبی نبود. مقالات دیگری در مجلات زنان از «روش‌های جدید برای دادن پول کریسمس» گزارش می‌دادند، در حالی که خوانندگان طرح‌های پیچیده خودشان را ارسال می‌کردند. همان‌طور که یک زن کشف کرد، «قادر بودن به دادن پول به شکلی قابل‌قبول، مهارتی است که چندان رایج نیست». با این حال، آمریکایی‌ها به طور قابل‌توجهی مبتکر بودند. در اواخر قرن نوزدهم، آن‌ها هزاران سکه معمولی را به «نشانه‌های عشق» تبدیل کرده بودند و با حکاکی پیام‌های احساسی، سکه‌ها را به هدیه‌ای عاشقانه محبوب برای عشاق و همچنین هدیه‌ای برای جشن‌های خانوادگی - تولدها، عروسی‌ها یا سالگردها - تبدیل کرده بودند. البته، در برخی گوشه‌های زندگی آمریکایی، مردم حتی زودتر در قرن نوزدهم هدایای پولی داده بودند: سکه‌های طلا به کودکان یا هدایای کریسمس به بردگان. اما هدایای پولی به همتایان نادر بود.

تا دو دهه اول قرن بیستم، پول وارد اقتصاد هدیه شد و با مجموعه‌ای از ترفندهای جدید و رسمی‌تر به «پول هدیه» تبدیل شد. برای مثال، در سال ۱۹۱۰، آمریکن اکسپرس برای اولین بار شروع به تبلیغ حواله‌های پولی به عنوان «هدیه کریسمس قابل‌قبول» کرد. نمایندگان پوستره‌های نمایشی ویژه و دستورالعمل‌هایی دریافت کردند که نشان می‌داد چگونه همان حواله پولی که آمریکن اکسپرس از سال ۱۸۸۲ به عنوان راهی امن و کارآمد برای پرداخت قبوض یا ارسال پول به خارج از کشور فروخته بود، می‌تواند به عنوان هدیه نیز فروخته شود. وسترن یونیون به کسب‌وکار هدیه آمریکن اکسپرس پیوست و تلگرام‌های متمایزی برای ارسال پول به عنوان هدیه برای مناسبت‌های خاص ارائه داد. شرکت‌های کارت تبریک

مجموعه‌ای قابل‌توجه از نگهدارنده‌های پول خلاقانه و محبوب برای ارسال سکه‌ها یا اسکناس‌ها به دوستان و خویشاوندان برای تولدها، کریسمس و دیگر تعطیلات تولید کردند. و پس از سال ۱۹۰۵، فروشگاه‌های تخصصی و فروشگاه‌های بزرگ ارزی کاملاً جدید طراحی کردند: گواهی‌های هدیه برای مبلغ مشخصی از پول که می‌توانست یا برای نوع خاصی از کالا - دستکش و کفش اقلام محبوبی بودند - یا در فروشگاه خاصی خرج شود.

ظهور هدایای پولی بخشی از تحول بنیادی‌تر اقتصاد هدیه بود. به طور پارادوکسیکال، گسترش هدیه‌دادن در میانه اقتصاد تجاری‌سازی‌شده، پول را به هدیه‌ای مشکل‌سازتر تبدیل کرد؛ هم دهنده و هم گیرنده به طور فزاینده‌ای با معضل تمایز پول هدیه از سایر انتقال‌های پولی مواجه شدند. این کار آسانی نبود، زیرا استانداردسازی پول قانونی شباهت ظاهری بین انتقال‌های پول به عنوان هدیه و انتقال‌هایی به شکل دستمزد، انعام، خیریه یا بازپرداخت بدهی‌ها را افزایش داد. جایی که دهنده یا گیرنده از قبل درباره ماهیت رابطه بین خودشان مطمئن نبودند، سوءتفاهم می‌توانست بسیار آسیب‌زا باشد.

تا دهه ۱۹۰۰، با گسترش پرشور جامعه مصرفی آمریکا، مردم نه تنها برای خودشان بلکه به طور فزاینده‌ای به عنوان هدیه برای دیگران کالا می‌خریدند. به‌ویژه پس از سال ۱۸۸۰، هدیه‌دادن کریسمس افزایش یافت و خویشاوندان، دوستان و حتی آشنایان هدایای تعطیلات را رد و بدل کردند. همین امر در مورد هدایای عروسی صادق بود. زوجی که قبل از جنگ داخلی ازدواج می‌کردند، جز پول نقد یا دارایی از خویشاوندان نزدیک انتظار دیگری نداشتند. اما تا پایان قرن نوزدهم، بخشی از آیین عروسی طبقه متوسط، نمایش افتخارآمیز هدایایی شد که نه تنها از اعضای نزدیک خانواده بلکه از خویشاوندان دور، دوستان، آشنایان و حتی همکاران دریافت می‌شد. فرصت‌های هدیه‌دادن افزایش یافت: برای مثال، جشن‌های تولد، که در قرن نوزدهم نادر بودند، در دهه ۱۹۰۰ به رویدادهای محبوبی تبدیل شدند. یا رویدادهای هدیه‌دادن اختراع شدند: روز مادر - که در سال ۱۹۰۸ ایجاد شد - گل‌ها را به هدیه‌ای احساسی کامل برای مادر تبدیل کرد. کارت‌های تبریک برای هر تعطیلات یا سالگرد شخصی ممکن چاپ شدند، در حالی که فروشگاه‌های هدیه و کاتالوگ‌ها کالاهای هدیه را شناسایی، طبقه‌بندی و تبلیغ کردند.

مهاجران جدید به زودی تعطیلات خود را به آیین‌های هدیه‌دادن تبدیل کردند. برای مثال، پس از سال ۱۸۸۷، کارت‌های هدیه برای تعطیلات یهودی به کالایی محبوب تبدیل شدند. یا ببینید چگونه یهودیان یک حنوکای آمریکایی را شکل دادند که آیین‌های تبادل هدیه کریسمس را منعکس می‌کرد. مورخان پیشنهاد می‌کنند که در آغاز قرن، خرید هدایای کریسمس برای بسیاری از مهاجران یهودی جدید، نشانه‌ای نمادین از آمریکایی شدنشان بود. اما به تدریج یهودیان شروع به خرید هدایای حنوکا کردند و جشنواره دسامبر خود را به روشی جدید و مدرن‌شده آمریکایی جشن گرفتند. در شکل اولیه‌اش، حنوکا یک جشنواره کوچک بود که با دادن «حنوکا گلت» یا سکه‌های هدیه به کودکان کوچک مشخص می‌شد. در نسخه آمریکایی‌اش، حنوکا گلت به پول حنوکا تبدیل شد و تا دهه ۱۹۲۰، مانند پول هدیه کریسمس اما برای «لذت‌های حنوکا» خرج می‌شد. مراسم بار میتسوا و تأییدیه نیز به جشن‌های بزرگ هدیه‌دادن برای یهودیان تبدیل شدند. تا دهه ۱۹۲۰، جنا وایسمن جوسلیت، مورخ، پیشنهاد می‌کند که «جزء اجتماعی بار میتسوا شروع به رقابت با عملکرد آیینی آن کرده بود، اگر نگوییم آن را تحت‌الشعاع قرار داده بود». هدیه‌دادن یهودیان دسته‌بندی خاصی از کالاهای هدیه «یهودی» را ایجاد کرد: یک کتاب یهودی نوع متفاوتی از هدیه نسبت به یک کتاب معمولی بود، یک تصویر یهودی معانی متفاوتی نسبت به یک نقاشی معمولی داشت.

البته، اشتیاق آمریکا برای هدیه‌دادن برای کسب‌وکار و تبلیغ‌کنندگان بسیار سودآور بود؛ تبدیل تعطیلات به روزهای خرید، لذت یک بازاریاب بود. و در واقع، ناظران به طور فزاینده‌ای از تجاری‌سازی حریصانه جشن‌های آمریکایی ابراز ناراحتی و ناامیدی می‌کردند. هر دسامبر، درخواست‌هایی برای توقف «این کسب‌وکار رقت‌انگیز و احمقانه دادن به خاطر دریافت کردن، که توسط مغازه‌داران تشویق می‌شود، با جاه‌طلبی و غرور خودمان تغذیه می‌شود» وجود داشت. اما هدیه‌دادن صرفاً محصول دستکاری تجاری بی‌رحمانه نبود؛ مردم انتخاب کردند بخشی از درآمد خود را برای خرج کردن به عنوان هدیه برای دیگران به جای مصرف خودشان کنار بگذارند. بودجه‌های خانوار این نشانه‌گذاری عمدی «پول‌های هدیه» را منعکس می‌کرد: همراه با غذا، سرپناه، لباس، بیمه عمر و سایر هزینه‌ها، دفاتر حسابداری

روزافزون دقیق خانوارهای اوایل قرن بیستم، هدایا را به عنوان یک دسته هزینه جداگانه شامل می‌شد، گاهی حتی بین تخصیص‌ها برای کریسمس، تولدها، فارغ‌التحصیلی‌ها، عروسی‌ها و سالگردها تمایز قائل می‌شد. پس از سال ۱۹۱۰، آمریکایی‌ها به طور رسمی «پول کریسمس» خود را با سپرده‌گذاری پول تعطیلات در حساب‌های بسیار موفق «کلوپ کریسمس» بانک‌های پس‌انداز جدا کردند. کمی قبل از ایجاد کلوپ‌های کریسمس، افراد فقیر قبلاً پول‌هایشان را در بانک‌های پراویدنس پنی قرار داده بودند، که همان‌طور که در فصل چهارم خواهیم دید، توسط سازمان‌های خیریه اختراع شده بود و توسط فقرا به عنوان راهی برای کنار گذاشتن مبالغ کوچک برای هزینه‌های تعیین‌شده استفاده می‌شد.

کارشناسان اقتصاد خانگی - حامیان اصلی بودجه‌بندی عقلانی - این خرج کردن برای دیگران را تحسین می‌کردند و ادعا می‌کردند که «بودجه خانواده باید مقداری برای آن هدیه‌دادن به خویشاوندان و دوستان فراهم کند که بخشی از لطف زندگی است». این «هدایای دوستی» به عنوان متمایز از کمک‌ها به سازمان‌های مذهبی یا خیریه تلقی می‌شدند، بیشتر به عنوان «بیانی از محبت به کسانی که در داخل خانواده و به کسانی که در خارج از آن هستند و فرد برایشان احترام شخصی قائل است». مادران توسط متخصصان اقتصاد خانگی تشویق می‌شدند که کودکان خود را زود در انتخاب هدایا «به عنوان بیانی از عشق و دوستی‌شان» آموزش دهند تا «در سال‌های بعد سخاوتمند... و هدیه‌دهندگان دانا باشند».

«چگونه» هدیه‌دادن توسط کارشناسان آداب معاشرت پرخواننده توضیح داده شد. با به رسمیت شناختن «عدم اطمینان درباره انتخاب مناسب هدیه، زمان و روش ارسال آن، یادداشت یا کارتی که باید همراه آن باشد»، کتابچه‌ها فصل‌های ویژه‌ای درباره آداب هدیه برای عروسی‌ها، سالگردها، تولدها، بازدیدها، غسل تعمیدها اضافه کردند، گاهی حتی شامل یک دسته «هدایا به طور کلی» می‌شد. علاوه بر «مناسبت‌های تعیین‌شده منظم برای هدیه‌دادن»، یک نویسنده در سال ۱۹۰۵ توصیه کرد، اکنون «مناسبت‌های نامنظم زیادی وجود دارد که دائماً در دایره آشنایان و دوستان متقابل رخ می‌دهد». امکانات هدیه‌دادن بی‌پایان به نظر می‌رسید: «هرگاه تمایلی برای ابراز قدردانی صادقانه از هر نوع احساس شود، هرگاه بخواهیم تبریکی صمیمانه ابراز کنیم، هرگاه یک عمل زیبا بتواند فکری

را شیواتر از کلمات صرف بیان کند - در همه این موارد هدایا مناسب هستند». حتی کتابچه‌های مهاجران به خوانندگانشان درباره آداب هدیه آموزش می‌دادند. برای مثال، متن محبوب الکساندر هارکاوای درباره نامه‌نویسی برای مهاجران یهودی جدید شامل نمونه‌هایی از یادداشت‌های مناسب برای همراهی با انواع مختلف هدایای تولد، عروسی یا سال نو بود.

با گسترش شبکه شخصی هدیه‌دادن، کالاهای هدیه نیز افزایش یافت. در حالی که یک گل، یک کتاب یا یک کالای سنتی دست‌ساز همچنان هدایای خوشایندی بودند، به طور فزاینده‌ای انواع کالاهای لوکس یا کاربردی جدید نیز همین‌طور بودند. در دهه ۱۹۱۰، حتی ماشین‌های لباسشویی، جاروبرقی‌ها یا خودروها به عنوان هدایای کریسمس اعلام شدند. همین‌طور پول. پول کریسمس، همان‌طور که ستونی در «لیدیز هوم ژورنال» توضیح داد، «آرزوهای عزیز را تأمین می‌کند، تجملات کوچک را اضافه می‌کند، نگرانی را کاهش می‌دهد و فرصت‌هایی برای کمک‌رسانی فراهم می‌کند که هیچ هدیه دیگری نمی‌تواند». کارشناسان آداب معاشرت پتانسیل هدیه‌ای پول را تأیید کردند و اشاره کردند که اغلب «خوشایندترین هدیه» است؛ برای مثال، یک چک عروسی می‌توانست به زوج کمک کند «آنچه دیگران فراموش کرده‌اند هدیه دهند را بخرند، خواسته خاصی را برآورده کنند، یا برای نیاز یا اضطراری آینده کنار بگذارند». گواهی‌های هدیه، «روش خود-هدیه»، همان‌طور که در کتاب پرفروش آداب معاشرت لیلیان آیکلر در سال ۱۹۲۴ اشاره شد، به طور فزاینده‌ای «در جامعه خوب مورد پسند قرار می‌گرفت. فرد یک برگه اعتبار به مبلغ ۱۰، ۲۰ یا ۵۰ دلار به عروس هدیه می‌دهد... و عروس می‌تواند به فروشگاه برود و هرچه دوست دارد انتخاب کند». و به عنوان هدیه فارغ‌التحصیلی، چک‌ها «همیشه خوشایند» بودند. کارشناسان اقتصاد خانگی موافق بودند: دادن هدایای پولی، یک اقتصاددان خانگی برجسته اعلام کرد، «رسم مطلوبی» است. هدایای پولی فقط تجمل یک نخبه نبود. در ۱۳ دسامبر ۱۹۱۱، «نیویورک تایمز» گزارش داد که ساکنان خارجی در آمریکا در آن سال بیش از ۴ میلیون دلار به عنوان «هدایای کریسمس» - حواله‌های پولی به خانواده‌هایشان در خارج از کشور - ارسال کرده بودند.

با این حال، پول هدیه ارزی عجیب، گیج‌کننده و گاهی نگران‌کننده بود. چگونه همان پول قانونی که برای پرداخت حقوق‌ها، رشوه دادن به مقامات، انعام دادن به باربران، کمک به فقرا یا تأمین کمک‌هزینه خانه‌داری همسر استفاده می‌شد، می‌توانست به عنوان هدیه‌ای احساسی که مراقبت، محبت یا شادی شخصی را بیان می‌کند، خدمت کند؟ چگونه هدیه‌دهندگان و گیرندگان می‌دانستند که یک دلار، دلار هدیه است؟ و چه چیزی برای خلق پول‌های احساسی لازم بود؟ این فصل «اختراع» پول هدیه را کاوش می‌کند، ابتدا به ماهیت هدایا به طور کلی، سپس به روش‌هایی که پول هدیه از سایر انواع ارزش‌ها متمایز می‌شود، و در نهایت به تولید و نشانه‌گذاری پول هدیه در دهه‌های اول قرن بیستم می‌پردازد.

پول‌های صمیمی

قابل‌توجه است که ما هنوز چقدر درباره هدیه‌دادن در جوامع صنعتی مدرن کم می‌دانیم. تا همین اواخر، جامعه‌شناسان، که شیفته اثرات مخرب مدرنیزاسیون بودند، هدایا را به عنوان بقایای احساسی یک دنیای گمشده از صمیمیت و اجتماع نادیده می‌گرفتند - که با زنانگی اقتصاد هدیه بیشتر نامرئی شده بود. یا هدایا به جوامع عجیب، پیش‌سرمایه‌داری و ابتدایی رانده شدند. جای تعجب نیست که وقتی صحبت از هدیه‌دادن می‌شود، انسان‌شناسان بخش عمده کار را انجام داده‌اند و ادبیاتی غنی، گسترده و اغلب بحث‌برانگیز تولید کرده‌اند.

یکی از نگرانی‌های اصلی انسان‌شناسان این بوده است که تا چه حد بازارهای مدرن انتقال‌های هدیه را جابجا کرده‌اند، دیدگاه توسعه‌ای سنتی که بازارها تبادل‌های هدیه‌ای اجتماعی‌تر را از بین بردند، به طور فزاینده‌ای توسط کسانی که استدلال می‌کنند اشکال مختلف تبادل در جامعه مدرن همزیستی دارند، به چالش کشیده می‌شود. همان‌طور که جان دیویس بیان می‌کند، «ما مجموعه‌ای از شیوه‌های قابل‌قبول اجتماعی داریم که از نظر فرهنگی، اخلاقی و حتی اقتصادی متمایز هستند». به عنوان بخشی از این استدلال، انسان‌شناسان همچنین درباره تقابل یا نزدیکی تبادل هدیه و تبادل کالا بحث می‌کنند.

پژوهشگرانی که بر تناقضات عمیق بین هدیه متقابل، عاطفی و اجتماعی محور و کالای غیرشخصی، ابزاری و «آزاد» اجتماعی تمرکز می‌کنند، به شدت توسط کسانی که اصرار دارند این دوگانگی کاذب است، به چالش کشیده می‌شوند. نه تنها کالاها - و به طور گسترده‌تر تبادل بازار - فرایندها و اشیاء فرهنگی و اجتماعی همانند هدایا هستند، بلکه برخی تحلیلگران ادعا می‌کنند که اگر تبادل هدیه را به اندازه کافی از نزدیک مشاهده کنیم، به همان اندازه عمل‌گرایانه، محاسبه‌گر و اجباری مانند انتقال‌های بازار می‌شود. یا اینکه هدایا عمدتاً به عنوان کالاهای نمایشی عمل می‌کنند، نمادهای قابل مشاهده‌ای از ثروت یا ظرافت یک دهنده.

پس، معنا در دنیای مدرن و تجاری ما از هدایای شخصی چیست، با چه کسانی آن‌ها را تبادل می‌کنیم و چگونه؟ برای مثال، در نظر بگیرید که چگونه یک هدیه تولد «خوب» را تعریف می‌کنیم. مطمئناً باید صمیمیت یک رابطه اجتماعی خاص را بیان کند، محبت را منتقل کند، نشان‌دهنده توجه باشد. معنای هدایا متفاوت است. برای مثال، هدایای عروسی نمادگرایی جمعی اضافی از همبستگی جمعی را نشان می‌دهند، در حالی که هدایای به یک دربان اغلب نابرابری و فاصله بین دهنده و گیرنده را تقویت می‌کند. شکل و شیوه یک هدیه - پولی یا غیره - ماهیت رابطه بین طرفین را نماد می‌کند.

البته برخی انتقال‌های هدیه در مرز تبادل بازار مردد هستند. اما اگر این مرز را رد کنند، دیگر هدیه نیستند. بنابراین، برابر دانستن هدایا با انتقال‌های بازار نکته را از دست می‌دهد: انواع متعددی از انتقال‌های مدرن وجود دارد نه یک تبادل بازار واحد از کالاها. هدایا طیف وسیعی از انتقال‌ها را تشکیل می‌دهند که از پرداخت‌ها یا حقوق‌ها متمایز هستند و با طیف متفاوتی از روابط اجتماعی مطابقت دارند. هدایا اعطاهایی هستند که با صمیمیت و همچنین برابری نسبی دهندگان و گیرندگان مشخص می‌شوند. مطابق با چنین روابطی، هدایا خواستار جبران فوری نیستند جز در قالب قدردانی، و فرض می‌کنند که رابطه‌ای بلندمدت ادامه دارد. از سوی دیگر، هدیه به زیردستان به سرعت به خیریه تبدیل می‌شود، در حالی که هدیه به مافوق به خراج تبدیل می‌شود. به همین دلیل است که شخصی‌سازی هدایا بسیار مهم است: هدایا باید از نظر ماهیت و ارزش با رابطه بین طرفین مناسب

باشند، و درجه صمیمیت و برابری بین دهنده و گیرنده را نشان دهند. هدیه خوب نشانه دهنده خود را دارد و به وضوح برای گیرنده خاصی در نظر گرفته شده است. آنچه انتخاب هدیه را به وظیفه‌ای پیچیده و دشوار تبدیل می‌کند، این است که هدایا نه تنها روابط اجتماعی را منعکس می‌کنند بلکه می‌توانند آن‌ها را بازتعریف کنند. دادن هدیه‌ای بیش از حد شخصی به یک آشنای معمولی، هدیه‌ای بسیار گران‌قیمت به نامزد، یا هدیه‌ای غیرشخصی به مادر خود، با دلالت یا اجبار به تعریف نادرست از رابطه اجتماعی، گیج‌کننده، آزاردهنده یا توهین‌آمیز است.

در آغاز قرن بیستم، با افزایش تبادل‌های هدیه‌ای، آمریکایی‌ها درباره انتقال‌های هدیه تأمل کردند، بحث کردند و به طور عمومی آن‌ها را تعریف کردند. هدایا برای چه کسانی بودند؟ در اشتیاق اولیه برای پیشنهادات هدیه، مردم هدایای کریسمس را به طیف گسترده‌ای از آشنایان از خویشاوندان نزدیک تا شرکای تجاری توزیع می‌کردند، اما پس از سال ۱۹۱۰، هدایای کریسمس «سخاوتمندانه‌تر یا صمیمی‌تر» عمدتاً برای خانواده و دوستان نزدیک تعیین شد. گل‌ها، آب‌نبات‌ها یا کتاب‌ها هدایای مناسبی برای دوستانی بودند که «خیلی نزدیک نبودند». کارت‌های کریسمس برای همه دیگران ارسال می‌شد. تمایزات مشابهی در مورد هدایای عروسی انجام شد، زیرا کتاب‌های آداب معاشرت توصیه می‌کردند که هدایای گران‌قیمت «فقط توسط دوستان بسیار صمیمی» ارسال شوند. بنابراین، نه تنها هدایا به عنوان انتقال‌هایی برای نزدیکان نشانه‌گذاری شدند، بلکه هدایا همچنین برای تمایز درجات صمیمیت نیز خدمت می‌کردند.

هدیه «خوب» برای خویشاوندان یا دوستان چه معنایی داشت؟ بالاتر از همه، ارزش آن نباید بر اساس قیمتش تعیین شود؛ بنابراین هدیه باید از پرداخت متمایز شود. «روح» یک هدیه، همان‌طور که خانم وارد در *آداب معاشرت معقول* در سال ۱۸۷۸ توضیح داد، نه «گران‌بهای صرف» بلکه «احساس مهربانی‌ای بود که نشان می‌داد». هدیه‌دادن، خانم وارد هشدار داد، هرگز نباید به عنوان «یک مسئله صرف سرمایه‌گذاری یا تبادل» تلقی شود. بهترین هدایای کریسمس «پول را دلالت نمی‌کردند... آن‌ها هیچ ارتباطی با بدهکاران یا طلبکاران نداشتند». در واقع، «اگر انگیزه سودجویانه... یا اجباری باشد»، اتل فری کوشینگ

در فرهنگ و آداب خوب در سال ۱۹۲۶ هشدار داد، هدیه به عنوان «بیانی از دوستی واقعی» شکست خواهد خورد. در دنیای هدایا، «هیچ حسابی از بازگشت احتمالی نباید در نظر گرفته شود». به طور معناداری، کتابچه‌های آداب معاشرت اولیه به شدت عمل رو به رشد تبادل هدایای عروسی را محکوم کردند. داستان یک عروس که هدایایش را به نقره‌فروشی که آن‌ها را ساخته بود بازگرداند و «با درخواست اعتبار برای ارزششان، شروع به انتخاب هر چیزی که دلش می‌خواست کرد»، به عنوان یک داستان اخلاقی منفی عمل کرد تا نشان دهد چگونه تبادل «احساس را به روحی بسیار سودجویانه» کاهش می‌دهد. کالاهای هدیه منحصربه‌فرد نباید به عنوان کالاهای بازار معمولی قابل‌تبادل تلقی شوند. تا دهه ۱۹۲۰، آداب معاشرت جدید تبادل هدایای عروسی را تأیید کرد، مگر اینکه «هدیه اهمیت مشخصی داشته باشد، یا با حروف اولیه عروس علامت‌گذاری شده باشد»، یا اگر هدیه توسط خانواده عروس یا داماد انتخاب شده باشد. بنابراین، صمیمیت یک کالای هدیه را منحصربه‌فرد می‌کرد.

برای نشانه‌گذاری انتقال به عنوان هدیه، دهندگان نیاز داشتند که پیشنهادات خود را نه تنها از پرداخت یا حق، بلکه از دیگر اعطاهای نابرابر نیز متمایز کنند. تمایزات اغلب ظریف بودند. یک ناظر در مجله «لیوینگ ایج» در سال ۱۹۰۴ اشاره کرد که فقط انواع خاصی از غذا هدایای مناسبی بودند: «شکلات‌ها و شیرینی‌ها... مجاز هستند، و حتی کیک‌ها و بیسکویت‌های سبک‌تر؛ اما اهدای چیزی به یک دوست که بتواند گرسنگی او را رفع کند یا زندگی او را حفظ کند، نقض فاحش آداب تلقی می‌شد». اگر برخی هدایا به طور ناراحت‌کننده‌ای به خیریه نزدیک بودند، دیگران، مانند هدایای کریسمس از کارکنان به کارفرمایان، یا دانش‌آموزان به معلمان‌شان، به عنوان خراج‌های نامناسب محکوم شدند. در سال ۱۹۱۲، انجمن محبوب و به طور گسترده تبلیغ‌شده SPUG انجمن پیشگیری از هدیه‌دادن بی‌فایده - تئودور روزولت اولین مرد SPUG شد - ایجاد شد تا جمع‌آوری اجباری پول میان دختران کارگر در مغازه‌ها و فروشگاه‌ها برای خرید هدایای کریسمس برای مافوق‌هایشان را متوقف کند. چنین هدایایی، حامیان انجمن اعلام کردند، هدیه نبودند بلکه باج‌گیری یا رشوه بودند «به همان اندازه اجتناب‌ناپذیر برای قربانیانش که هر پرداختی

به یک سیاستمدار توسط صاحب یک مقام بود». سازمان‌دهندگان SPUG روشن کردند که چنین هدیه‌دادن «بی‌فایده» شامل هدایای معتبر نمی‌شد، مانند «کیسه‌های ابریشمی نقاشی‌شده با دست برای پدر، یا بالشتک‌های سوزنی پارچه‌ای قرمز به شکل گوجه‌فرنگی برای برادر، یا هر هدیه دیگری که از قلب می‌آید». «جذابیت یک هدیه»، حامیان SPUG توضیح دادند، «کاملاً در این واقعیت نهفته است که توسط یک دوست داده شده است. باید نشان‌دهنده فداکاری، تلاش شخصی برای خشنود کردن با انتخاب متفکرانه، تناسب باشد».

برای تأیید برابری تبادل هدیه و صمیمیت یک هدیه، دهندگان و گیرندگان با دقت کالاهای هدیه را شخصی‌سازی می‌کردند. توجه به عنوان نشانه برتری در هدیه‌دادن حفظ شد؛ هدیه باید نشان دهد «که شما به شخصی که برایش در نظر گرفته شده فکر کرده‌اید». یک هدیه تولد، یک کارشناس آداب معاشرت دستور داد، باید «پیشنهاد یک دست دادن گرم، یک بوسه مهربان را داشته باشد». در حالی که یک هدیه دست‌ساز ممکن است ملموس‌ترین نشانه‌های دهنده خود را داشته باشد، حتی اقلام مفید تولیدی که پس از سال ۱۹۱۰ محبوب شدند، می‌توانستند «لمس شخصی» را منتقل کنند، اگر هدیه نشان می‌داد «که دهنده واقعاً زحمت کشیده تا ببیند دوستش به چه چیزی نیاز دارد و سپس صبر کرده تا آن چیز خاص را پیدا کند». کارت‌های هدیه نیز به طور فزاینده‌ای خاص شدند. در حالی که اولین کارت‌ها فقط تصاویر را نمایش می‌دادند، پس از حدود سال ۱۹۰۵، کارت‌های تبریک فضای کافی برای پیام‌های دست‌نوشته و نام فرستنده فراهم کردند.

گیرندگان تبادل هدیه را به روش‌های خودشان شخصی‌سازی کردند. کارشناسان آداب معاشرت یادداشت‌های تشکر دست‌نوشته را تجویز کردند، که «به نحوی به هدیه اشاره کنند، تا دهنده احساس کند که این یک هدیه شخصی است و نه کپی از بسیاری دیگر». کارت‌های حکاکی‌شده «بی‌ادبانه» بودند... «هیچ چیز جز یک یادداشت شخصی روی کاغذ شخصی کافی نیست». همیشه، یک نویسنده دیگر اصرار داشت، «نوع هدیه دریافت‌شده را ذکر کنید». کتاب رفتار خانم لزلی در سال ۱۸۵۹ دستورالعمل‌های قوی‌تری برای شخصی‌سازی هدایا ارائه کرده بود؛ «وقتی کالایی برای هدف مشخصی به شما هدیه داده

می‌شود»، خانم لزی بیان کرد، «وظیفه شماست که آن را برای آن هدف و نه هیچ هدف دیگری، طبق خواست دهنده استفاده کنید».

اما شخصی‌سازی هدایا کافی نبود. با افزایش و پولی شدن هدایا، هدیه باید به دقت با درجه و نوع صمیمیت یک رابطه خاص مطابقت می‌داشت، و بین دوستان، خویشاوندان مختلف یا آشنایان تمایز قائل می‌شد. با به رسمیت شناختن اینکه «بسیار اندک از ما توانایی دانستن اینکه چه چیزی هدیه دهیم را داریم»، کتابچه‌های آداب معاشرت خوانندگان خود را در پیچ‌وخم اجتماعی پیچیده تبادل هدیه راهنمایی می‌کردند. برای مثال، دستورالعمل‌های معمول «استفاده اجتماعی صحیح» درباره هدایای عروسی در سال ۱۹۰۵ را در نظر بگیرید: اگرچه اثاثیه خانه و ملحفه‌ها به طور مناسب توسط خویشاوندان نزدیک عروس فراهم می‌شدند، «دوستان مجرد نباید چنین چیزهایی را برای هدایای عروسی خود انتخاب کنند، و نه هیچ کالای پوشیدنی». از سوی دیگر، آشنایان معمولی «اغلب فقط گل می‌فرستند». یا هدایای تولد برای دختران جوان را در نظر بگیرید: در حالی که اکثر دوستان کتاب، گل یا آب‌نبات می‌فرستادند، خواهرانش یا «دوستان بسیار عزیز» می‌توانستند «لباس زیر ظریف» هدیه دهند. جواهرات فقط از «یک خویشاوند نزدیک» مناسب بود. بنابراین، هدایا مدرن انتقال‌های متمایز و عمیقاً شخصی‌سازی‌شده‌ای بودند که توسط روابط اجتماعی خاص خویشاوندی و دوستی شکل گرفته بودند، با صمیمیت و برابری نشانه‌گذاری شده و آن‌ها را نشانه‌گذاری می‌کردند. بهترین هدیه دانش دقیق و مهربانانه‌ای از گیرنده و رابطه را نشان می‌داد. بدترین هدیه، هدیه بی‌تفاوت بود، به‌ویژه هدیه‌ای که صرفاً بر اساس قیمت انتخاب شده بود - مردمی که، همان‌طور که یک «هارپر بازار» بیان کرد، «در زمان کریسمس می‌آیند و می‌گویند: می‌خواهم یک هدیه به قیمت ده دلار بخرم - اهمیتی ندارد چه چیزی».

مطمئناً این دیدگاه پول را به کاندیدای بعیدی برای هدیه‌دادن تبدیل می‌کرد. چگونه پول می‌توانست یک رابطه اجتماعی را به عنوان صمیمی و برابر تعریف کند، وقتی همان پول قانونی که به عنوان هدیه اعطا می‌شد، برای انواع دیگر معاملات نابرابر و غیرشخصی - پرداخت‌ها به غریبه‌ها، کمک‌هزینه‌های کودکان، خیریه به نیازمندان، خراج به قدرتمندان

- استفاده می‌شد؟ در واقع، همان‌طور که دیدیم، دولت مدت‌ها و سخت کار کرده بود تا دلارها را به پولی ناشناس و مناسب برای همه انتقال‌های اجتماعی تبدیل کند. علاوه بر این، دامنه روابط اجتماعی شامل انتقال‌های پولی افزایش یافته بود، که به این معنا بود که تعداد تمایزاتی که مردم از طریق شکل، شیوه و معنای انتقال‌ها ایجاد می‌کردند، به همان اندازه افزایش یافت.

بنابراین، آوردن پول به قلمرو هدایا مشکلی ایجاد کرد. سایر کالاها - یک کتاب، یک کراوات، یک سبد غذای کریسمس، کارت‌های هدیه - می‌توانستند، هرچند با کمی تلاش، به عنوان کالاهای هدیه نشانه‌گذاری شوند. اما به جز تفاوت در مقدار، قدمت یا وضعیت، چگونه مردم می‌توانستند بین دلارهای یکسان از نظر فیزیکی تمایز قائل شوند؟ برای برخی این کار غیرممکن بود. به طور معناداری، گئورگ زیمل در *فلسفه پول* خود ناکافی بودن خاص پول به عنوان هدیه را برجسته کرد. به زیمل ادعا کرد که یک مبلغ پول با «عینیت بی‌رحمانه» خود هرگز نمی‌تواند «واسطه‌ای مناسب برای روابط شخصی» شود. او توضیح داد: «هدیه‌ای به شکل پول، هدیه را از دهنده مراتب قاطعانه‌تر دور و بیگانه می‌کند». پول فقط رسانه مناسبی برای روابط اجتماعی غیرشخصی بازار بود، جایی که «کسب‌وکار، کسب‌وکار است... [و] فرد برای ما کاملاً بی‌تفاوت است». به همین دلیل است که، زیمل توضیح داد، «در میان افراد ظریف و حساس، هدایایی که «قصد ادای احترام به یک فرد را داشت، باید ارزش پولی آن را نامحسوس می‌کرد». اما نه تنها هدیه پولی «با معیارهای طبقات بالای جامعه ناسازگار بود»؛ همان‌طور که زیمل مشاهده کرد، «حتی خدمتکاران، کالسکه‌چی‌ها یا پیک‌ها اغلب یک سیگار را بیش از انعامی که شاید سه برابر ارزش آن باشد، قدردانی می‌کردند».

تقریباً یک قرن پس از اظهارات زیمل، هدایای پولی همچنان به عنوان یک تناقض یا فساد دیده می‌شوند. در کتاب *جهان کالاها*، مری داگلاس و بارون ایشروود بر تمایز بین پول نقد و هدیه به عنوان امری ضروری برای حفظ مرز حیاتی بین روابط تجاری و روابط شخصی تأکید دارند. کالین کمرر، اقتصاددان، توضیح می‌دهد که هدایای «ناکارآمد» - برخلاف پول نقد - «نشانه‌های» بهتری برای انتقال اطلاعات درباره ماهیت یک رابطه شخصی پایدار هستند. علاوه بر این، کمرر خاطرنشان می‌کند که هدیه «به‌طور شگفت‌آوری سرد» پول

ممکن است به عنوان نشانه‌ای برای پایان یک رابطه اجتماعی خاص عمل کند. دیوید چیل، جامعه‌شناس، در مطالعه ابتکاری خود درباره تبادل هدیه در وینیپگ تأیید می‌کند که پول یک «هدیه نمادین پست» است زیرا «همه آثار اشخاصی را که روابط شخصی به آن‌ها وابسته است، از بین می‌برد.» با این حال، چیل دریافت که دو سوم هدایای عروسی داده‌شده در وینیپگ از پول تشکیل شده است. او نتیجه می‌گیرد که هدایای عملی مانند پول وارد «اقتصاد اخلاقی» هدیه‌دادن می‌شوند، اما مانند دیگر هدایای عملی، در حاشیه‌ای لغزنده باقی می‌مانند، به‌طور ناراحت‌کننده‌ای نزدیک به «حدود اقتصاد هدیه» هستند و نه کاملاً عضوی برابر در دنیای هدایا.

در همین حال، انسان‌شناسان گزارش می‌دهند که در برخی جوامع روستایی غیرغربی، مانند مندی در ارتفاعات جنوبی گینه نو یا مرینا در مرکز ماداگاسکار، پول مدرن اغلب به عنوان یک هدیه شخصی یا آیینی مشروع در گردش است. پری و بلوخ عنوان می‌کنند که این امر ممکن است؛ زیرا اقتصاد هنوز به عنوان یک حوزه تنظیم‌شده از نظر اخلاقی و اجتماعی دیده می‌شود و پول مدرن هنوز پول مرکزی نیست. آن‌ها پیشنهاد می‌دهند که تا زمانی که روابط پولی به عنوان ضدیت با پیوندهای خویشاوندی و دوستی تعریف نشده باشند، «هیچ چیز نامناسبی در دادن هدایای پولی برای تقویت این پیوندها وجود ندارد.» با این حال، هدایای پولی در اقتصادهای پیشرفته بازار نیز پیوندهای صمیمی را ایجاد و حفظ می‌کنند. در واقع، در ایالات متحده، اشکال و معانی هدیه‌دادن پولی به نظر می‌رسد که با گسترش زندگی تجاری و یکنواخت‌تر و عمومی‌تر شدن پول رسمی، افزایش یافته است.

پس چگونه در اوایل این قرن پول به هدیه تبدیل شد؟ مردم قطعاً آگاه بودند که این وظیفه‌ای حساس است. همان‌طور که مقاله‌ای در «لیدیز هوم ژورنال» اذعان داشت، اگرچه «آینده» پول کریسمس «به مراتب از هدیه جذابی که همسایه شما در صبح کریسمس در کنارتان باز می‌کند، پیشی می‌گیرد»، اما «وقتی بقیه جهان در حال دریافت بسته‌های تزئین‌شده با برگ خاس و هدایای زیبا و کاربردی با روبان است، پول - ساده و بدون تزئین - به سختی حال و هوای کریسمس را منتقل می‌کند.» پارادوکس‌های «هدیه دادن» پول از طنزپردازان نیز دور نماند. نمایش وودویل دهه ۱۹۲۰ را در نظر بگیرید:

****او:** بد است که آدم علامت قیمت را روی هدیه بگذارد، نه؟**

****او:**** بله، و من زنی را می‌شناختم که آن‌قدر حواس‌پرت بود که وقتی یک اسکناس پنجاه دلاری به عنوان هدیه کریسمس داد، سعی کرد علامت قیمت را از روی آن پاک کند... او اسکناس پنجاه دلاری را به دختر متأهلش می‌داد و نمی‌خواست او بداند که چقدر ارزش دارد.

****او:**** و دختر متأهلش با اسکناس پنجاه دلاری چه کرد؟

****او:**** او پول را گرفت و بدهی‌اش را به بقال پرداخت کرد.

****او:**** و مادرش چه کرد؟

****او:**** مادرش گریه کرد و گفت، اگرچه عاشق دادن هدیه کریسمس است، اما پرداخت قبض بقالی دامادش چندان خوشایند نیست.

درست است، برچسب قیمت یک هدیه پولی را نمی‌توان برداشت. و البته، پول هدیه پس از اعطا به راحتی می‌توانست به پرداخت تبدیل شود، به روش‌هایی خرج شود که دهنده قصد یا حتی علاقه‌ای به آن نداشت. بنابراین چالش این بود که این ارزش ظاهراً خودمختار و از نظر اجتماعی بی‌تفاوت را به یک هدیه احساسی و شخصی‌سازی‌شده تبدیل کنیم. این نشانه‌گذاری چگونه انجام شد؟ اکنون به روش‌های ایجاد پول هدیه می‌پردازیم که شامل: (۱) اختراع ارزی که در سایر روابط اجتماعی در گردش نباشد؛ و (۲) محدودسازی ارزش است که شامل چندین تکنیک مرتبط مانند تمایز فیزیکی و نمادین پول قانونی، تفکیک پول‌های هدیه، و خرج محدود می‌شود. توجه داشته باشید که هدیه‌دادن پولی در چهار موقعیت متمایز رخ می‌دهد: (۱) هنگام دریافت پولی که به عنوان هدیه تعیین شده است؛ (۲) زمانی که پول دریافت‌شده برای استفاده آینده کنار گذاشته می‌شود؛ (۳) زمانی که پولی که به عنوان هدیه دریافت نشده برای هدیه‌دادن آینده کنار گذاشته می‌شود؛ (۴) و هنگام دادن پول به عنوان هدیه به شخص دیگر. هر یک از این موقعیت‌های هدیه‌دادن مشکلات

خاص خود را در تعیین حدود ایجاد می‌کند و هر یک مجموعه‌ای متمایز از تکنیک‌های اجتماعی را تولید می‌کند.

هدیه دادن پول‌ها

قانون «قدیمی‌مد» قرن نوزدهم ساده بود: هدایای پولی فقط می‌توانستند بین خویشاوندان نزدیک یا صمیمی‌ترین دوستان رد و بدل شوند. مقاله‌ای که در سال ۱۸۹۸ توسط «اسپکتاتور» انگلیسی منتشر شد، با تأسف از گسترش جدید هدایای پولی، تأیید کرد که هدیه پولی تنها در صورتی شرافتمندانه است که «عشق و محبت طبیعی، مانند والدین یا دوستان بسیار نزدیک» وجود داشته باشد. اگرچه این بحث‌ها اغلب بر وام‌های پولی متمرکز بودند، تمایز بین اعضای خانواده یا شبه‌خویشاوندان از یک سو، و دوستان یا آشنایان از سوی دیگر، برای هدیه‌دادن نیز حیاتی بود. کتاب‌های آداب معاشرت با ثبات قابل‌توجهی این قانون را تأیید می‌کردند که «پول نباید به عنوان هدیه عروسی اهدا شود»، مگر توسط «اعضای دو خانواده یا دوستان قدیمی و صمیمی». همین امر برای مراسم غسل تعمید نیز صادق بود. پدرخوانده کودک - به‌ویژه اگر کودک به نام او نام‌گذاری شده بود - پول می‌داد، اما سایر مهمانان هدایایی از جنس نقره یا جواهرات می‌آوردند. هدیه پولی از یک دوست معمولی یا صرفاً یک آشنا در میان طبقات متوسط و بالا حداقل ناخوشایند تلقی می‌شد.

«قانون خانوادگی» در زمینه اقتصاد خانگی طبقه متوسط قرن نوزدهم معنا داشت. تا حدی، هر انتقال مالی خانگی یک هدیه پولی بود، خانواده احساسی به عنوان یک حوزه ممتاز و غیرتجاری حفظ می‌شد که از نگرانی‌های ابزاری بازار مصون بود. هنگامی که دستمزد یا حقوق شوهر به خانه می‌رسید، به هدیه‌ای برای همسر و فرزندانش تبدیل می‌شد، و مانند پولی که بین اعضای خانه صرفاً توزیع می‌شود نبود.

اما با افزایش همه اشکال هدیه‌دادن در اوایل قرن بیستم، پول هدیه دیگر صرفاً یک پول خانوادگی نبود؛ برای مثال، کارت‌های پول کریسمس اکنون برای دوستان و خویشاوندان دور نیز ارسال می‌شد. اشکال جدیدی از پول هدیه ظهور کرد، مانند انعام برای کارگر یا پاداش کریسمس برای کارمند. علاوه بر این، همان‌طور که دیدیم، در درون خانواده‌ها پول هدیه به ارزی روزافزون مورد مناقشه تبدیل شد: روش سنتی تخصیص پول توسط شوهر به همسر و فرزندانش به عنوان «هدیه و لطف» به شدت به عنوان ناعادلانه و تحقیرآمیز مورد حمله قرار گرفت. سوزان بی. آنتونی اعتراض کرد که همسر «احساس می‌کند [پول] صرفاً یک هدیه است و نه حق عادلانه او - در واقع درآمد او.» با ایجاد پول‌های خانگی جدید به شکل حقوق‌ها به جای هدایا - کمک‌هزینه خانه‌داری برای همسران، کمک‌هزینه آموزشی برای کودکان - پول هدیه از سایر انتقال‌های خانگی متمایز شد و برای ایجاد، جشن گرفتن و حفظ پیوندهای صمیمی نشانه‌گذاری شد. به عنوان مثال، هدیه یک سکه طلا به کودک اکنون از کمک‌هزینه آن کودک جدا شده بود.

به عنوان یک پول احساسی، پول هدیه به پول زنان تبدیل شد. خرید هدایا وظیفه‌ای جدید، سخت و محوری برای زن خانه‌دار مدرن بود. و این یک معضل مالی اضافی برای همسرانی که پول نقد نداشتند ایجاد می‌کرد. اگرچه کارشناسان بودجه خانگی خواستار گنجاندن یک صندوق خصوصی جداگانه برای هر عضو خانواده «بدون مزاحمت و بازرسی» بودند که می‌توانست تا حدی برای هدایا استفاده شود، زنان مکرراً شکایت داشتند که کمک‌هزینه‌های خانه‌داری‌شان پول اضافی کمی برایشان باقی می‌گذارد. نویسنده‌ای در

«هارپرز بازار» در سال ۱۹۰۱ مشاهده کرد که زنان متأهل «امکان اهدا» را نداشتند. منتقد دیگری از امور مالی خانگی خاطرنشان کرد: «هدیه کوچکی که او دوست داشت به دوستی بفرستد... یا سورپرایز کوچکی برای کودکان»، «گاهی با بغضی در گلو از کنارش می‌گذشت.» گزارش شده است که این وضعیت برخی زنان را به دزدی از فروشگاه‌ها سوق داد، روبان‌ها یا توری‌هایی برای تزئین لباس‌های نوزادان... یا اغلب هدایای کوچکی برای [شوهرانشان] می‌دزدیدند. یا در مورد یک زن میانسال که یک رومیزی ۵۰ دلاری از یک فروشگاه بزرگ

دزدید و وقتی گرفتار شد با اشک توضیح داد که «آن را برای هدیه عروسی دخترش می‌خواست».

با پول شخصی اندک، همسران به‌طور معمول در موقعیت عجیبی قرار می‌گرفتند که از شوهرانشان برای پول هدیه اضافی درخواست می‌کردند، که البته بخشی از آن برای خرید هدیه خود شوهر استفاده می‌شد. بدتر از آن، پول هدیه به‌دست‌آمده به عنوان ارزی کمتر ارزشمند نسبت به پولی که به‌طور مستقل به دست آمده بود، تلقی می‌شد. در نتیجه، در اوایل دهه ۱۹۰۰ بسیاری از زنان متأهلی که از نیروی کار منظم خارج بودند، شغلی فصلی گرفتند تا پول کریسمس خود را به دست آورند. حتی در مورد کودکان، مشاوران اقتصاد خانگی، با اشاره به اینکه «هدیه‌ای که برای ما هزینه‌ای ندارد در هدیه‌دادن ارزش کمی دارد»، مادران را ترغیب می‌کردند که کودکانشان را وادار کنند «پول را به دست آورند، یا حداقل بخشی از آن را، که با آن هدایای کریسمس خود را بخرند.» زنان نه تنها خریداران هدیه بودند بلکه فروشندگان هدیه نیز بودند؛ به نظر می‌رسد اکثر فروشگاه‌های هدیه مد روز جدید در دهه ۱۹۱۰ توسط «زنان جذاب و بافرهنگ» اداره می‌شدند.

آیا پول هدیه امتیاز مرفهین بود؟ کتاب‌های آداب معاشرت و مجلات زنان عمدتاً برای مخاطبان طبقه متوسط و بالا تهیه می‌شدند و اقتصاد اجتماعی ثروتمندان را هدایت می‌کردند. پس از پرداخت هزینه غذا، سوخت، مسکن و سایر ضروریات، خانواده‌های طبقه کارگر پول اختیاری کمی برای هدایا داشتند. با این حال، اگرچه شواهد ناقص است، به نظر می‌رسد که مهاجران طبقه کارگر، که برایشان ارسال پول به خویشاوندان در خارج از کشور امری روزمره بود و فشارهای بقا در کشور جدید فوری بود، همچنان به‌طور معمول پولی برای هدایا نشانه‌گذاری می‌کردند. یک دسته جداگانه برای هدایا در بودجه‌های طبقه کارگر ظاهر می‌شود که گاهی به‌طور خاص به عنوان «هدایای دوستی» برچسب‌گذاری می‌شود، متمایز از وام‌ها، کمک‌های کلیسایی یا کمک‌های خیریه. یک مطالعه اوایل قرن بیستم درباره بودجه‌های کارگران مزدبگیر در شهر نیویورک نشان داد که در حالی که گروه‌های متولد آمریکا و مهاجران «آمریکایی‌شده» بخش بیشتری از درآمد خود را برای تفریح و خرج شخصی تخصیص می‌دادند، خانواده‌های متولد خارج بیشتر برای کمک‌های مذهبی و

هدایا به دوستان خرج می‌کردند. و آن‌ها به‌طور فزاینده‌ای پول خود را چه در خانه و چه در حساب‌های پس‌انداز ویژه برای خرج کردن برای هدایای تعطیلات ذخیره می‌کردند. هدایای پولی بخش مهمی از هدیه‌دادن مهاجران بود - نه تنها دلارهای کریسمس که هر دسامبر به خانواده‌هایشان در وطن ارسال می‌شد، بلکه هدایای پولی که برای روز نام، عید پاک، عروسی‌ها و دیگر مناسبت‌های جشن ارسال می‌شد. در نامه‌هایشان به خانه، مهاجران لهستانی به‌وضوح روبل‌های کریسمس یا سایر پول‌های هدیه شخصی خود را از حواله‌های غیرهدیه، پول برای بلیط کشتی، وام‌ها، کمک‌های کلیسایی یا کمک‌های برای مراسم عشا ربانی متمایز می‌کردند.

ما اسناد بسیار غنی‌ای به‌ویژه برای مهاجران یهودی داریم. یهودیان - که عمدتاً طبقه کارگر بودند - سنت دیرینه‌ای از گنجاندن پول در زندگی آیینی و اجتماعی خود، از جمله هدیه‌دادن، به همراه داشتند. در واقع، یک بررسی قابل‌توجه از متون مذهبی سنتی یهودی و منابع ادبی حدود هفتصد دسته از پول‌های متمایز از نظر اجتماعی یا مذهبی را از مکان‌ها و زمان‌های مختلف در تاریخ یهود شناسایی می‌کند. این «پیدیشه گلت» (پول‌های یهودی) به‌طور گسترده‌ای از ارزش‌های خانگی - «کنیپل» همسر، یا پس‌انداز مخفی، پول جیب کودک، پول «پوشکه» که برای خیریه در جعبه‌های ویژه خیریه کنار گذاشته می‌شد؛ تا پول تعطیلات - «مائوت هیتیم» یا پول عید پسح که برای نیازهای تعطیلات فقرا تعیین شده بود، «حنوکا گلت»، «پوریم گلت»، پول «راش هودش» (ماه نو) که علاوه بر حقوق به معلم اهدا می‌شد؛ تا پول‌های متعدد مراسم گذار، که شامل «پول حمام» بود که توسط پدرخوانده پسر هنگام حمام کردن کودک شب قبل از ختنه داده می‌شد؛ «پیدیون هابن» (بازخريد پسر نخست‌زاده) در سی‌امین روز پس از تولد، زمانی که پنج سکه نقره توسط پدر کودک به یک «کوهن» (کاهن) به عنوان بازخريد نمادین از خدا دریافت می‌شد؛ پول‌های متعدد عروسی، مانند پرداخت‌های ویژه برای کسانی که زوج را به «خوپه» (سایبان عروسی) همراهی می‌کردند؛ سکه‌هایی که زیر سایبان به زوج پرتاب می‌شد - طلا و نقره از ثروتمندان، کوپک‌ها از کمتر مرفه‌ها (این پول سپس توسط فقرا جمع‌آوری می‌شد)؛ پولی که به «حزان» (خواننده) برای لیوانی که داماد در طول مراسم ازدواج می‌شکند داده می‌شد؛

«پول حجاب» که پس از کوتاه کردن موی عروس و گذاشتن حجاب یا کلاه‌گیس به او داده می‌شد که او را به عنوان زنی متأهل نشان می‌داد؛ و در نهایت، «پول‌های دفن» که به انجمن دفن برای افرادی که با جسد می‌ماندند و قبل از دفن دعا می‌خواندند پرداخت می‌شد؛ «پول کفن» برای فقرا؛ «یزکور» پول، کمک‌های خیریه‌ای که پس از خواندن دعای «یزکور» برای یادبود مردگان داده می‌شد. تمایزات اخلاقی پولی نیز وجود داشت: بین پول «کوشر» و «غیرکوشر» یا نادرست - برای مثال، سود حاصل از یک روسپی نمی‌توانست برای مقاصد مذهبی استفاده شود؛ یا نشانه‌گذاری‌های جادویی، مانند پول «میکوه» که زنان پس از حمام آیینی خود برای خوش‌شانسی به فقرا می‌دادند، یا سکه‌های «خوش‌شانسی» که در جیب لباس یا کیف جدید قرار داده می‌شد. پول «خیریه» از پول برای پس‌انداز یا پول «مازل توو» (تبریک) متمایز بود. و در کنیسه‌های سنتی، یهودیان در «شروت‌رینگ» شرکت می‌کردند: دعوت به تعهدات پولی (گاهی از طریق حراج) از اعضای جماعت برای افتخار مشارکت در آیین‌ها، مانند افتخار دعوت شدن به تورات.

ما فقط کمی درباره اینکه چه تعداد از این تمایزات پولی در میان مهاجران یهودی آمریکایی و به چه اشکالی ادامه یافت، می‌دانیم. گاهی اوقات اشکال سنتی پول هدیه باید برای مهاجران جدید تعارضاتی ایجاد کرده باشد، مانند مورد «تازه‌واردی» که در سال ۱۹۰۶ به بخش «بینتل بریف» (نامه‌ها به سردبیر) روزنامه یهودی *فوروارد* نوشت و پرسید چگونه بخشی از اولین درآمد آمریکایی خود را خرج کند. او توضیح داد که قبل از ترک روسیه به پدر نابینایش قول داده بود «که اولین پولی که در آمریکا به دست می‌آورم برایش بفرستم». اما اکنون، با ترس از اینکه شغلش دوام نیاورد، به مشاوره نیاز داشت: «آیا باید چند دلار برای عید پسح برای پدرم بفرستم، یا این پول اندک را برای خودم نگه دارم؟» به او گفته شد که پول را برای پدرش بفرستد.

به‌وضوح، پول هدیه در زندگی اجتماعی یهودی ارزی عجیب یا غیرعادی نبود. و همان‌طور که از تعداد زیاد حواله‌ها یا انتقال‌های پول به خارج از کشور نشان داده شده است، تمایز پیچیده پول‌ها مختص یهودیان نبود. گروه‌های مهاجر دیگر نیز جشن‌های مذهبی و خانوادگی خود را - عروسی‌ها، غسل تعمیدها، اولین مراسم عشای ربانی - با هدایای پولی

نشانه‌گذاری می‌کردند. هدایای عروسی را در نظر بگیرید. در منطقه لاور ایست ساید نیویورک در اوایل قرن، پول یا یک وسیله خانگی مفید هدیه مرسوم برای عروسی‌های ایتالیایی و همچنین یهودی بود. همین‌طور برای عروسی‌های لهستانی. گزارش سوفونیسبا پی. برکینریج از زندگی مهاجران در دهه ۱۹۲۰ رسم محبوب لهستانی «خرید» رقص با عروس با هدیه‌ای پولی را مستند می‌کند. او گزارش می‌دهد که این عمل گاهی به افراط کشیده می‌شد: «مردان هدایای خود را به بخش‌های کوچک تقسیم می‌کردند و رقص‌های زیادی با عروس طلب می‌کردند، که اغلب باعث خستگی شدید او می‌شد.» در دیگر عروسی‌های لهستانی، یک زن مسن‌تر یا یک دختر گل‌فروش بشقابی برای جمع‌آوری پول می‌چرخاند، و گاهی اسکناس‌های کاغذی روی لباس عروس سنجاق می‌شد، یا پول از مهمانان مردی جمع‌آوری می‌شد که سعی می‌کردند با پرتاب دلارهای نقره بشقاب‌های سخت شام را بشکنند. هدایای پولی عروسی تا حدی برای تأمین هزینه عروسی کمک می‌کرد اما همچنین یک پس‌انداز اولیه برای زوج جدید فراهم می‌کرد. با این حال، برکینریج پیشنهاد می‌کند که مهاجران نسل دوم ممکن است با هدایای پولی کمتر راحت بوده و حتی تا حدی از آن شرمند شده باشند.

در اقتصاد خانگی طبقه کارگر، زنان نیز هدیه‌دهندگان اصلی بودند و پول را برای انتقال‌های خاص خویشاوندی و دوستی کنار می‌گذاشتند. به نظر می‌رسد زنان سپرده‌گذاران معمول در حساب‌های کلوپ کریسمس و، همراه با کودکانشان، در صندوق‌های پراویدنس پنی بودند که توسط سازمان‌های خیریه سازمان‌دهی شده و اغلب به عنوان صندوق‌های تعطیلات ذخیره می‌شدند. از سوی دیگر، مردان طبقه کارگر فعالیت‌های هدیه‌دادن خاص خود را طراحی کردند؛ در میخانه‌های اواخر قرن نوزدهم، از کارگران انتظار می‌رفت که به نشانه همبستگی و اجتماع، دوره‌های آجو برای دوستانشان بخرند.

بنابراین پول هدیه ارزی متمایز بود که برای دوستان و خویشاوندان نشانه‌گذاری شده بود و صمیمیت پیوندهای اجتماعی خاص را تقویت می‌کرد. پول به عنوان هدیه دقیقاً به این دلیل مشکل‌ساز بود که نیاز به نمایش دانش صمیمی و مهربانانه از گیرنده و رابطه تا حدی با بی‌شخصی بسیاری از موقعیت‌ها و روابط دیگری که انتقال‌های پولی در آن‌ها رخ می‌داد،

در تضاد بود. بیا ببینیم این اصول در سه موقعیت شامل روابط اجتماعی روزافزون حساس - پاداش‌های کریسمس، انعام دادن، و هدایای خواستگاری - چگونه عمل کردند.

پاداش‌ها و انعام‌ها

برخی هدایای پولی دقیقاً به این دلیل حساس شدند که در مرز بین روابطی که از نظر اهمیت بسیار متفاوت بودند، رخ می‌دادند. ابتدا ببینیم وقتی هدایای پولی خارج از شبکه صمیمی اعطا می‌شدند چه اتفاقی افتاد. در اوایل قرن، اقتصاد هدیه‌ی در حال گسترش دسته‌متفاوتی از ارزش‌های هدیه را به وجود آورد، مانند پاداش‌های کریسمس و انعام‌ها، که اهداکنندگان و گیرندگان را مجذوب، گیج و گاهی خشمگین می‌کرد. برخلاف هدایای پولی برای خویشاوندان و دوستان، این ارزش‌ها در انتقال‌هایی عمدتاً بی‌شخصی و به‌وضوح نابرابر، از کارفرما به کارمند، از مشتری به خدمتکار، ارائه می‌شدند. و با این حال، آن‌ها همان پول قانونی استفاده‌شده برای دستمزدها یا حقوق‌ها نبودند؛ انتقال از نظر قانونی اختیاری بود، به‌طور غیررسمی اعطا می‌شد، مقدار آن مشخص نبود، متغیر و دل‌خواهی بود. آیا این ارزش‌ها به عنوان هدیه واجد شرایط بودند؟ چه نوع رابطه‌ای را بین دهنده و گیرنده نشانه‌گذاری می‌کردند؟

پاداش کریسمس را در نظر بگیرید. در ۲۳ دسامبر ۱۹۱۳، سرخط‌های «نیویورک تایمز» فاش کرد که تنها در شیکاگو در آن سال، بانک‌ها و شرکت‌های صنعتی بزرگ بیش از یک میلیون دلار به عنوان هدایای کریسمس به کارمندانشان توزیع خواهند کرد. این هدایای کریسمس انواع مختلفی داشتند. برای مثال، مونتگومری وارد به هر یک از ۷۵۰۰ کارمند خود در شیکاگو، نیویورک و دیگر شهرها یک «شام کریسمس و سبزی حاوی یک بوقلمون و سایر ملزومات» هدیه داد. یا سکه‌های طلای ۵ دلاری که توسط سوئیفت ارائه شد. یک شرکت در بروکلین پنجاهمین سالگرد خود را با صرف بیش از یک میلیون دلار برای هدیه کریسمس بیمه عمر گروهی برای کارمندانش جشن گرفت، در حالی که شرکت دیگری پول نقد به صندوق بازنشستگی و انجمن مزایای بیماری کارمندان اهدا کرد. شرکت راه‌آهن نیواورلئان

کریسمس را به روز «باقیمانده را نگه دار» برای رانندگان خود تبدیل کرد و همچنین درصدی از کرایه‌های جمع‌آوری‌شده در آن روز را به آن‌ها ارائه داد.

بنابراین کارفرمایان روش‌های مبتکرانه‌ای برای نشانه‌گذاری هدایای کریسمس خود به عنوان نوعی انتقال متفاوت از چک حقوق معمولی پیدا کردند. در قرن نوزدهم آن‌ها این کار را با دادن هدایای غیرنقدی - بوقلمون، ساعت، یا آب‌نبات - یا سکه‌های طلا انجام داده بودند. آن‌ها همچنین هدایای کریسمس - چه غیرنقدی و چه پولی - را با توزیع آن‌ها در یک جشن تعطیلات ویژه برای همه کارمندان، هدیه می‌دادند. در برخی موارد، یک ناظر خاطرنشان کرد، هدایا با چنان «ادب رسمی و سلام شخصی» توزیع می‌شدند که برای «مدتی کوتاه» دفتر به «اتاق پذیرایی یک میزبان و مهمانانش» تبدیل می‌شد. به دختران کارگر توسط مجلات زنان توصیه می‌شد که «روح مهربان پشت هدیه» را تشخیص دهند و ترغیب می‌شدند که به مافوق‌های خود «قدردانی از هر چیزی که شرکت به او داده است» را منتقل کنند. برخی کارگران این کار را کردند، مانند فروشندگان زنی در یک فروشگاه بزرگ که، طبق یک گزارش، «ده‌ها نامه به دفتر مدیر فرستادند و گفتند که با "صندوق کریسمس" چه کرده‌اند»، و بدین ترتیب ثابت کردند که «کمیسیون‌های تعطیلات... برایشان بیش از دستمزدها اهمیت داشت».

اما کارفرمایان وقتی شروع به دادن هدایای پولی کردند وارد قلمرو خطرناک‌تری شدند. «تایمز» گزارش داد که در حالی که بسیاری از شرکت‌ها در سال ۱۹۱۳ هنوز به «رسم دیرینه ارائه بوقلمون و قطعات طلای با ارزش‌های مختلف» پایبند بودند، تعداد شرکت‌هایی که «طرح‌های تقسیم سود سازمان‌یافته بر اساس سیستم پاداش برای طول خدمت» - یا پاداش نقدی - ارائه می‌دادند، افزایش یافته بود. در اوایل سال ۱۹۰۲، ظاهراً جی. پی. مورگان و شرکت رکورد را شکسته بود و به هر یک از کارمندان خود حقوق یک سال کامل را به عنوان هدیه کریسمس داده بود. هدایای نقدی روزافزون استاندارد شدند و به صورت درصدی از دستمزد محاسبه می‌شدند. تا سال ۱۹۱۱، پاداش ۱۰ درصدی «سخت‌کامان» تلقی می‌شد. برخی بانک‌ها حتی تا آنجا پیش رفتند که هدیه کریسمس را جایگزین افزایش حقوق مبتنی بر شایستگی در ابتدای سال کردند.

با این حال، اکثر کارفرمایان همچنان می‌خواستند پاداش را به عنوان یک هدیه اختیاری تلقی کنند؛ این رسم «به‌یادسپردن کارگران» به خوبی به آن‌ها در نظارت و تنظیم بهره‌وری کارگران و همچنین اطمینان از وفاداری آن‌ها خدمت می‌کرد. در واقع، گزارش شده است که اولین پاداش نقدی کریسمس وول‌وورث به کارمندان در سال ۱۸۹۹ (۵ دلار برای هر سال خدمت، با سقف ۲۵ دلار) برای رقابت با دستمزدهای بالاتر رقبا و جلوگیری از اعتصاب فروشندگان زن در نظر گرفته شده بود. احتمالاً همچنین راه ارزان‌تری برای پرداخت اضافه‌کاری بود؛ حدود سال ۱۹۱۰ یک فروشنده ۲۵ ساله که در یک فروشگاه بزرگ نیویورک کار می‌کرد به یک بازرس اتحادیه مصرف‌کنندگان ملی گفت که در هفته قبل از کریسمس «هر روز بیش از چهارده ساعت ایستاده کار کرده است... ایستادن برای این دوره‌های طولانی آن‌قدر برای پاها دردناک می‌شود که برخی از دختران از خوردن ناهار صرف‌نظر می‌کنند تا به خودشان... حمام پا بدهند.» برای این اضافه‌کاری، فروشگاه ۲۰ دلار به او داد، «به حسابش ریختند، نه به عنوان پرداخت، بلکه به عنوان هدیه کریسمس».

به‌طور قابل‌توجهی، در حالی که برخی شرکت‌ها به هر کارمند پاداش می‌دادند، دیگران هدیه کریسمس را مشروط به طول خدمت یا سابقه کارایی کارگر می‌کردند. یا به نحوه استفاده درست کارگر از پاداش. در کریسمس ۱۹۱۴ گزارش شده است که یک شرکت بزرگ آردسازی در مینیاپولیس به هر یک از کارمندان خود یک چک ۲۵ دلاری داد که باید در یک بانک پس‌انداز سپرده می‌شد، در غیر این صورت چک هدیه بی‌ارزش بود.

اما شباهت به دیگر اشکال پرداخت، گیرندگان را دعوت می‌کرد که پاداش را به عنوان یک حق تلقی کنند و برای تعریف این درآمد اضافی به عنوان یک حق فشار بیاورند. در اوایل سال ۱۹۰۳ گزارشی درباره نقش کریسمس در زندگی تجاری تأسف خورد که برخی کارمندان «عادت دارند این "هدیه" را به عنوان بخشی از درآمد خود محاسبه کنند»، و در نتیجه «طعم فصل تعطیلات» را از دست می‌دهند. به همین ترتیب، مجله «همراه خانه زنان» در سال ۱۹۰۵ تأسف خورد که بسیاری از دختران کارگر «این یادآوری داوطلبانه از شرکت را به عنوان حق خود می‌پذیرند».

تمایز بین پول نقد کریسمس و دستمزدها روزافزون دشوار شد. شخصی‌سازی یک هدیه تجاری از کارفرما به کارمند وقتی استاندارد و مورد انتظار بود، سخت به نظر می‌رسید. تا دهه ۱۹۵۰ پاداش کریسمس رسماً وضعیت خود را به عنوان یک هدیه از دست داد؛ وقتی شرکتی کاهش پاداش سالانه کریسمس خود را به عنوان راهی برای جبران هزینه معرفی یک طرح بازنشستگی پرهزینه اعلام کرد، اتحادیه سعی کرد پاداش تعطیلات کارمندان را مذاکره کند. پس از اینکه شرکت هرگونه مذاکره را رد کرد، اتحادیه به هیئت ملی روابط کار شکایت کرد. هیئت تصمیم گرفت که پاداش کریسمس دیگر نمی‌تواند به عنوان هدیه اختیاری کارفرما تلقی شود، بلکه یک جزء مورد انتظار و قابل مذاکره از دستمزد کارگر است. اگرچه یک عضو مخالف هیئت اعتراض کرد که «یک هدیه کریسمس واقعی جایی در میز مذاکره ندارد»، اما به طور کلی توافق شد که پاداش دیگر یک هدیه نیست، بلکه یک دسته پرداخت جداگانه از چک حقوق منظم است.

انعام دادن تعاملی حتی دشوارتر، گیج‌کننده‌تر و اغلب مورد مناقشه بین اهداکننده و گیرنده را در بر داشت. انعام، برخلاف پاداش، فقط یک هدیه کریسمس نبود؛ بلکه اعطایی سالانه و غیرمذهبی بود که بسیاری از طرف‌ها را در انواع مختلفی از تبادلهای اجتماعی تحت تأثیر قرار می‌داد. برای برخی افراد، انعام واقعاً یک هدیه بود، مکمل احساسی دستمزد، یک انتقال منحصربه‌فرد پول که تبادلهای تجاری را شخصی‌سازی می‌کرد؛ یک مفسر در «آتلانتیک مانتری» در سال ۱۹۱۱ توضیح داد، «انعام به من اجازه می‌دهد که میزان برادری، حسن نیت، محبت، تعهدم را نشان دهم، که قابل اندازه‌گیری نیست.» اما برای دیگران، انعام یک فساد خام از هدیه بود، رشوه‌ای سودجویانه که برای خدمات شخصی یک غریبه پرداخت می‌شد، «لبخند گارسون یا مصونیت از نگاه وحشتناک». ویلیام آر. اسکات در «خارش کف دست» - افشاگری درباره انعام دادن - استدلال کرد که کسانی که انعام می‌دهند «هیچگاه فکر نمی‌کنند به یک دوست پول انعام بدهند و اگر کسی به آن‌ها چنین پولی پیشنهاد کند برایشان توهین آمیز است».

این یک اختلاف منفرد نبود. در اوایل دهه ۱۹۰۰، با محبوبیت روزافزون انعام دادن، این موضوع مناقشه اخلاقی و اجتماعی بزرگی را برانگیخت. در واقع، تلاش‌های سراسری، برخی

موفق، توسط قانون‌گذاران ایالتی برای لغو انعام دادن با تبدیل آن به یک تخلف قابل مجازات وجود داشت. در بی‌شمار سرمقاله روزنامه‌ها و مقالات مجلات، در کتاب‌های آداب معاشرت، و حتی در دادگاه، انعام‌ها با ترکیبی از کنجکاوی، سرگرمی، و دوگانگی - و اغلب خصومت آشکار - مورد بررسی دقیق قرار گرفتند. هنگامی که در سال ۱۹۰۷، دولت رسماً انعام دادن را با اجازه دادن به افسران و سربازان نیروی دریایی ایالات متحده برای درج انعام‌ها به عنوان یک مورد در فاکتورهای هزینه سفرشان تأیید کرد، این تصمیم به عنوان تأیید نامشروع رشوه‌خواری محکوم شد. به صورت دوره‌ای، فراخوان‌هایی برای سازمان‌دهی اتحادیه‌های ضد انعام وجود داشت.

چرا انعام چنین هدیه دردسرسازی بود؟ تا حدی، صرفاً یک مزاحمت بود، محاسبه آن دشوار و ارائه آن ناخوشایند بود. در واقع، آداب انعام دادن روزافزون پیچیده شد و نه تنها مقدار انعام، بلکه به چه کسی، چه زمانی و چگونه انعام دادن را آموزش می‌داد. اما انعام دادن معمای اساسی‌تری را ارائه می‌داد: در مرز سایر انتقال‌های حیاتی متفاوت قرار داشت، نه کاملاً یک پرداخت، نه کاملاً یک رشوه، نه کاملاً خیریه، اما نه کاملاً یک هدیه. این سردرگمی به تأثیرات انعام دادن بر رابطه بین انعام‌دهنده و انعام‌گیرنده گسترش یافت.

برخی ناظران مشکلی در تلقی انعام‌ها به عنوان نسخه دیگری از هدایای پولی مدرن نداشتند و «جذابیت و شعر رابطه شخصی» را احساسی می‌کردند. یک کارشناس آداب معاشرت توضیح داد که انعام، متفاوت از یک پرداخت، برای «به‌یادسپردن» کسانی است که افراد شخصا به آن‌ها خدمت می‌کند. در واقع، به گفته اسکات، بسیاری از دادگاه‌ها قوانین ضد انعام را به دلیل مداخله در حق عرفی برای دادن هدایا، غیرقانونی اعلام کردند.

اما منتقدان انعام دادن اعتراض کردند که چگونه می‌تواند این پول یک هدیه باشد، اگر دهنده به سختی گیرنده را بشناسد؟ سرمقاله «نیویورک تایمز» با تمایز بین «ادای احترام دوستی»، که به «خدمتکاران وفادار و آزمایش‌شده» در کریسمس ارائه می‌شد، از «رسم زیان‌بار» توزیع هدایای پولی به «افرادی که هیچ ادعایی بر سخاوت [دهنده] ندارند»، انعام دادن را به عنوان «رشوه بی‌اثر» محکوم کرد. بدتر از آن، انعام دادن نمایش‌های جعلی از

نگرانی ایجاد می‌کرد: «نمایش فریبنده‌ای از دوستی که ممکن است در لحظه‌ای کنار گذاشته شود»، و در نتیجه «شانس دوستی واقعی» را کاهش می‌داد. نگرانی گسترده درباره رشوه‌خواری سیاسی در آن زمان وجود داشت؛ از طرفی برخی از انعام‌ها زمینه‌ای بودند برای انتقال پول‌های فاسد که غیرمستحق، غیرموجه و نامشروع بودند. یک مفسر توضیح داد: «هدیه نقدی به گارسون به عنوان انعام، یک معامله ناسالم است زیرا مشتری در ازای آن چیزی دریافت نمی‌کند - چیزی با ارزش مشابه.» علاوه بر این، پول غیرمستحق احتمال بیشتری برای هدر رفتن دارد: یک نویسنده در «فصلنامه حقوق» خاطرنشان کرد که «سودهای غیرعادی، ولخرجی غیرعادی تولید می‌کنند؛ و دادن هر گونه پاداش به فردی فراتر از ارزش اقتصادی خدماتش، برآورد او از ارزش پول را تغییر می‌دهد».

حتی وقتی انعام‌دادن از نظر اخلاقی فاسد به حساب نمی‌آمد، به عنوان امر اجتماعی تحقیرکننده محکوم می‌شدند. برخی منتقدان چنین پرسش دارند که این چه نوع هدیه‌ای است، اگر گیرنده را تحقیر کند؟ سردبیر «مجله ماهانه هارپر» در سال ۱۹۱۳ اعلام کرد: «فردی که زندگی شرافتمندانه‌ای دارد، گرفتن پول بدون دسترنج را مانند صدقه می‌داند و برایش مطلوب نیست.» از آنجا که در انعام گیرنده فقیر نیست، اهدای پول بدتر از پول خیریه می‌تواند باشد. «انعام یک کاریکاتور زشت و توهین‌آمیز از مرحمت افراد است که هم دهنده و هم گیرنده را تحقیر می‌کند».

بنابراین، برخلاف هدایای پولی بین خویشاوندان یا دوستان، انعام‌ها فاصله و نابرابری بین اهداکننده و گیرنده را نشان می‌دادند. منتقدان ادعا کردند، از یک رسم «غیرآمریکایی» و اشرافی اروپایی چه انتظاری می‌توان داشت؟ اسکات در «خارش کف دست» اظهار داشت که انعام دادن «آن چیزی است که یک آمریکایی حاضر است بپردازد تا آمریکایی دیگری را وادار به پذیرش فرودستی کند.» اسکات ادامه داد، تصور کنید، «اگر انعامی به "جنتلمن" معمولی که از رستوران‌ها، تاکسی‌ها و آرایشگاه‌ها استفاده می‌کند، پیشنهاد شود چه اتفاقی می‌افتد»؟

قاعدتا، وقتی رابطه بین اهداکننده و گیرنده انعام برابر می‌شود، انعام باعث شرمندگی انعام‌گیرنده خواهد شد. نویسنده کتاب همه‌کس داستان مردی را تعریف می‌کند که پس از سال‌ها انعام دادن به آرایشگرش، نمی‌دانست وقتی آرایشگر مغازه خود را خرید چه باید بکند. بنابراین از آرایشگر پرسید: «حالا که تو صاحب مغازه هستی، من و تو برابر هستیم، و من به برابرهام انعام نمی‌دهم. از این به بعد کدام را انتخاب می‌کنی، گپ زدن و بدون انعام، یا انعام و بدون گپ زدن؟» موضوع وقتی پیچیده‌تر شد که آرایشگر مغازه‌اش را از دست داد و معضل جدیدی برای مشتری ایجاد کرد: «آیا باید انعام دادن سابق خود را از سر بگیرد و بدین ترتیب دوست سابقش را تحقیر کند؟»

این واقعیت که، برخلاف حقوق کارفرما، انعام اختیاری بود، «وابسته به هوس مشتری»، بیشتر فرودستی گیرنده را تثبیت می‌کرد. یک ناظر با تأیید تشخیص داد که می‌توان از آن به عنوان «ابزاری برای نظم اخلاقی و اجتماعی» استفاده کرد. «محروم کردن یا کاهش آن باید مجازات باشد، همان‌طور که اعطا یا افزایش آن پاداش است.» برخی منتقدان اصرار داشتند که انعام نه تنها فرودستی گیرنده را نشان می‌دهد، بلکه با اجازه دادن به کارفرمایان برای پرداخت دستمزدهای پایین‌تر با این فرض که انعام‌ها درآمد کارگر را تکمیل می‌کنند، نابرابری را تداوم می‌بخشد.

به همین دلیل است که رد کردن انعام بیانیه نمادین قدرتمندی از استقلال و عزت بود - توهین‌آمیز برای مشتری که انعام را به عنوان خیریه اعطا کرده بود، مورد تحسین کسانی که انعام دادن را تحقیرکننده می‌دیدند. تجربه یک مهاجر جوان که به عنوان پیک برای ونامیکر کار می‌کرد را در نظر بگیرید، همان‌طور که خواهرش در سال ۱۹۱۸ روایت کرد. یک بار پس از تحویل یک بسته ۹۸ سنتی، زنی که سفارش را داده بود یک دلار به او داد و گفت که باقی‌مانده را نگه دارد: «او، تصور می‌کنم کمی با ناراحتی، گفت که "انعام" نمی‌گیرد و دو سنت را بازگرداند. زن او را از سر تا پا نگاه کرد و در را به رویش بست. بنابراین او دو پنی را جلوی در گذاشت و رفت.» دو روز بعد اخراج شد.

البته، نه تنها اهداکننده بلکه گیرنده نیز انعام‌ها را به عنوان هدیه، خیریه، پرداخت یا رشوه نشانه‌گذاری می‌کند. یک مهاجر جوان ژاپنی که به عنوان خدمه کابین در یک قایق بخار کار می‌کرد - در یکی از «داستان‌های زندگی» که توسط هامیلتون هولت برای «ایندیپندنت» در اوایل دهه ۱۹۰۰ جمع‌آوری شده بود - روایت کرد که چگونه خدمه کابین انعامی را «از خانمی که پول را با چنان مهربانی و همدلی به من داد» یا آقایی که یک دلار به او داد و گفت: «کاش این ده برابر بود؛ با این حال می‌خواهم آن را برای من نگه داری تا به تحصیلت کمک کند»، پذیرفت. اگرچه این دلار «گران‌بها» به نظر می‌رسید، خدمه کابین با خشم دلار را از یک خانم «پرنخوت» که بارها او را سرزنش کرده و بدرفتاری کرده بود، رد کرد. او «اسکناس را به پای او پرتاب کرد» و گفت: «خانم، این رشوه و فساد است. من از مدیرم به اندازه کافی برای خدمت به شما حقوق می‌گیرم... به انعام نیازی ندارم».

با این حال، آن دسته از ناظرانی که بر عناصر هدیه‌ای انعام تأکید داشتند، نابرابری اجتماعی دخیل در انعام دادن را انکار می‌کردند و می‌پرسیدند آیا «گارسون با سکه‌ای که در دستش است بیشتر تحقیر می‌شود تا کشیش با پاکت واضحی که ساقدوش به‌طور مخفیانه در دستش می‌لغزاند؟» یا «پزشک... با هدایای قدردانی بیماران پس از پرداخت صورت‌حساب‌هایشان؟»

اما هدیه دادن انعام در اکثر موارد وظیفه‌ای غیرممکن بود. انعام یک انتقال پول از سرنابرابری و غیرشخصی به حساب می‌آمد. در واقع، تا سال ۱۹۱۷ شعبه تجدیدنظر دیوان عالی ایالت نیویورک حکم داد که انعام‌ها هدیه نیستند بلکه «پرداختی است که برای دریافت خدمات معقول انجام می‌شود... [آن‌ها] بخشی از دستمزد کارمند هستند». این تجدیدنظر توسط شرکت تاکسیرانی روچستر برای اعتراض به جایزه‌ای که در سال ۱۹۱۶ تحت قانون جبران خسارت کارگران به والدین یکی از رانندگان تاکسی متوفی‌شان اعطا شده بود، ارائه شد. موضوع این بود که آیا کمیسیون صنعتی ایالتی باید انعام‌ها را همراه با دستمزدها در محاسبه میزان غرامت لحاظ می‌کرد یا نه. دستمزد هفتگی راننده تاکسی ۱۲ دلار بود، در حالی که انعام‌های او به طور متوسط ۵.۱۰ دلار در هفته بود. دیوان تجدیدنظر استدلال کرد که انعام‌ها بسیار شبیه سایر مزایای قابل جبران قانونی ارائه‌شده توسط

کارفرما، مانند غذا، اقامت یا اجاره هستند. علاوه بر این، دادگاه خاطرنشان کرد که انعام «آن قدر معمول و مقدار آن آن قدر یکنواخت است» که «فردی که خدمات را ارائه می‌دهد، انعام را به عنوان حق خود می‌داند و هیچ لطف خاصی را شامل نمی‌شود.» یک انعام «بسیار بزرگ» ممکن است خیلی متفاوت و خاص به حساب بیاید، اما انعام «معمولی» به عنوان «پرداخت پولی که واقعاً باید پرداخت شود» تلقی می‌شد. دادگاه به اتفاق آرا هدیه انعام را تأیید کرد.

سرمقاله مجله «ثبت قانون ویرجینیا» به این تصمیم اعتراض کرد و ادعا کرد که تا زمانی که گیرنده انعام نتواند برای آن شکایت کند، انعام‌ها «نمی‌توانند بیش از نوشیدنی واقعی که قبلاً به صورت غیرنقدی داده می‌شد، در دستمزد قانونی وارد شوند.» با این حال، انعام‌ها روزافزون به قلمرو پرداخت‌ها اضافه شدند، با درصدهای ثابت یا تعرفه‌های انعام، و به‌طور چشمگیرتر، به عنوان درآمد مشمول مالیات در نظر گرفته شدند.

بنابراین، وقتی صحبت از هدایای پولی بین کارفرمایان و کارمندان یا مشتریان و خدمتکاران می‌شد، شخصی‌سازی پول به خوبی کار نکرد. بدون داشتن صمیمیت بین گیرنده و دهنده و در جایی که روابط به‌وضوح نابرابر بودند، این پول شبیه خیریه بود. اگرچه اهداکنندگان سعی کردند پول را به عنوان هدیه برچسب بزنند، گیرندگان روزافزون فشار آوردند تا پاداش یا انعام را به عنوان یک حق یا پرداخت تعریف کنند.

پول در خواستگاری

چه اتفاقی می‌افتاد وقتی هدایا برای ایجاد صمیمیت در نظر گرفته می‌شدند، مانند هدایای خواستگاری که بین مردان و زنان رد و بدل می‌شد؟ برخلاف پاداش‌ها و انعام‌ها، این هدایا افرادی را که پیوندهای عاطفی و احتمالاً جنسی را شکل می‌دادند به هم متصل می‌کرد. تمایز دقیق روابط خواستگاری از دوستی‌های معمولی غیرجنسی، از ازدواج، و از تن‌فروشی بسیار مهم بود. در اوایل قرن بیستم، با تغییر آیین‌های خواستگاری توسط رسوم جدید

قرار گذاشتن جوانان، این تمایزات روزافزون دشوارتر شد. علاوه بر این، مردان و زنان اغلب تعاریف متفاوتی از یک رابطه و ماهیت رفتار مناسب برای هر رابطه داشتند. بنابراین هدایای خواستگاری مبادله‌هایی بسیار حساس بودند.

کتاب‌های آداب معاشرت بی‌وقفه تلاش می‌کردند هدایای مناسب بین مردان و زنان را شناسایی کنند، با آگاهی از اینکه هدیه نادرست می‌توانست به راحتی دوستی و یک تعهد عاشقانه دائمی را مختل کند، یا حتی آن را خرید سکس جلوه دهد. بنابراین هدایای گران‌قیمت یا بیش از حد صمیمی مشکوک بودند: جواهرات فانتزی یا لباس‌های خاص برای یک زن تحت حمایت یا شاید همسر یک مرد مناسب بود، اما به عنوان هدیه‌ای برای خواستگاری محترمانه درست به حساب نمی‌آمد. «کتاب رفتار» اولیه در سال ۱۸۵۹ قاطعانه اعلام کرد: «هدیه جواهرات، لباس یا تزئین گران‌قیمت رومیزی (مگر برای نامزد) به یک بانوی جوان به عنوان یک توهین تلقی می‌شود، نه یک تعریف.» یک زن «باوقار» فقط می‌توانست اشیایی را بپذیرد که «ارزش اصلی‌شان از ارتباطاتشان ناشی می‌شود»: «امضاهای افراد برجسته... چند یادگار یا سوغات از مکان‌های به‌یادماندنی»، یا یک دسته گل ساده یا یک کتاب. یک کارشناس آداب معاشرت دیگر توضیح داد که هدایای فاسدشدنی مانند «میوه‌ها، گل‌ها یا شیرینی‌ها» ترجیح داده می‌شدند، زیرا «هیچ تعهدی بر عهده بانوی گیرنده باقی نمی‌گذاشتند».

هدیه نامناسب باید فوراً بازگردانده می‌شد: مشابه رد کردن یک انعام، رد یک هدیه بهترین راه برای گیرنده بود تا تعریف نادرست اهداکننده از رابطه‌شان را اصلاح کند. کتاب «فرهنگ آداب معاشرت» در سال ۱۹۰۴ خاطرنشان کرد که «برای یک مرد بد است که هدایای گران‌قیمت به زنی بفرستد که ممکن است مجبور به بازگرداندن آن‌ها شود.» نویسندگان آداب معاشرت نه تنها مردانی را که کد هدیه را نقض یا سوءاستفاده می‌کردند، بلکه زنانی را که هدیه نادرست را می‌پذیرفتند یا بدتر از آن، با تظاهر به علاقه عاشقانه یا حتی محبت دخترانه هدایایی را اخاذی می‌کردند، به شدت محکوم کردند: آن «بانوان جوانی که ادعای نوعی محبت دخترانه نسبت به برخی آقایان ثروتمند مسن دارند، آن‌قدر مهربان هستند که

برایشان کیف ببافند یا دمپایی بدوزند... زیرا می‌دانند که او با هدیه‌ای ارزشمند از یک جواهر واقعی به آن‌ها پاداش خواهد داد».

حدود بیست سال بعد، تمایزات بین هدایا همچنان ادامه داشت؛ کتاب جدید *آداب معاشرت* ایکلر اعلام کرد که هیچ دختر «بادبی» نمی‌تواند «هدایای ارزشمند» را از آشنایان مرد بپذیرد. در حالی که دامنه هدایای قابل قبول از گل‌ها، آب‌نبات‌ها و کتاب‌های سنتی به اقلامی مانند راکت تنیس و اسکیت یخ گسترش یافته بود، آداب معاشرت همچنان هر چیزی را که «هزینه زیادی داشته باشد» مستثنی می‌کرد.

حتی پس از اینکه زوج نامزد شدند، هدایا همچنان نشانه‌های حساسی از رابطه باقی می‌ماندند. آداب معاشرت اوایل قرن سخت‌گیرانه بود: هدایای گران‌قیمت «مگر اینکه حلقه نامزدی باشد» بی‌سلیقگی بود. همچنین لباس پوشیدنی، به‌ویژه لباس عروسی، مناسب نبود: یک جهیزیه بسیار ساده به «لباس‌های مفصلی که داماد آینده به خرید آن‌ها کمک زیادی کرده است» ترجیح داده می‌شد، حتی اگر عروس «کاملاً فقیر» باشد. اولین نسخه از کتاب معروف *آداب معاشرت* امیلی پست، که در سال ۱۹۲۲ منتشر شد، اگرچه در مورد هدایای «داماد منتخب» به عروس آینده‌اش کمی آزادتر بود، اما همچنان روشن کرد که هر چیزی مانند لباس پوشیدنی، یک ماشین، خانه یا مبلمان که به عنوان «شی ارزشمند ماندگار» تلقی می‌شود، ممنوع است. مسئله بسیار مشخص بود: «برای او کاملاً مناسب است که ماشین او را براند، یا اسبش را سوار شود... اما، اگر بخواهد احترام خود را حفظ کند، ماشین نباید مال او شود... او نمی‌تواند تمام جواهراتی را که توانش را دارد به او بدهد، می‌تواند یک شال خز به او بدهد، اما نه یک کت خز.» امیلی پست توضیح داد که شال یک «تزئین» است، اما کت «لباس پوشیدنی» است و بنابراین هدیه‌ای نامناسب برای عروس.

شدت نگرانی بخاطر تمایز روابط خواستگاری و ازدواج از تن‌فروشی بود. امیلی پست هشدار داد که هدیه نادرست عروس را «در دسته‌ای با زنان طبقه دیگر» قرار می‌دهد. تا زمانی که زوج ازدواج نکرده بودند، ابهام رابطه ادامه داشت. به همین دلیل بود که هدایای

خواستگاری قرار بود محبت یا تحسین را ابراز کنند بدون اینکه پرداخت یا حمایت را پیشنهاد دهند.

همه چیز وقتی عروس همسر مرد شد تغییر کرد؛ هدایا و پول شوهرش سپس به انتقال‌های خانگی تبدیل شدند، دیگر مبهم نبودند، اگرچه مشمول مجموعه‌ای متفاوت از قوانین و انتظارات بودند. کتاب‌های آداب معاشرت به عروس‌ها یادآوری می‌کردند که بین کادوهای خواستگاری و ازدواج تمایز وجود دارد: «تا زمانی که کلمات سرنوشت‌ساز گفته نشود که دو نفر را یکی می‌کند». یک نویسنده آداب معاشرت نوشت، عروس «هیچ ادعایی بر کیف پول شوهر آینده‌اش ندارد.» با این حال، با نزدیک شدن به ازدواج، به عروس توصیه می‌شد که با نگرانی زنانه با پول شوهرش رفتار کند و، همان‌طور که پست بیان کرد، از هدایای «جذاب اما اسراف‌آمیز» جلوگیری کند. اتل کوشینگ در فرهنگ و آداب خوب خاطرنشان کرد که حتی اگر نامزد بسیار ثروتمند باشد، «یک دختر جوان ترجیح می‌دهد که [نامزدش] پولش را برای خانه و اثاثیه‌اش پس‌انداز کند».

معضلات هدیه‌دادن بین مردان و زنان با ورود روزافزون پول به خواستگاری شدیدتر شد. در اوایل قرن، اشکال جدید خواستگاری طبقه متوسط و کارگر، مانند قرار گذاشتن و پذیرایی، شامل خرید کالاها و خدمات در دنیای عمومی تحول‌یافته بود. اساسا مصرف و اوقات فراغت تجاری‌شده بود. همان‌طور که بث بیلی در تاریخچه خواستگاری‌اش به ما می‌گوید، با جایگزینی «رفتن به سر قرار» به جای سیستم قدیمی «سر زدن» به خانه یک دختر یا «همراهی کردن»، «پول - پول مردان - اساس سیستم قرار گذاشتن، و بنابراین، خواستگاری شد.» چگونه این پول خواستگاری از همان پول قانونی که در تن‌فروشی یا در پرداخت‌های خانگی استفاده می‌شد، متمایز می‌شد؟ در واقع، همان‌طور که بث بیلی گزارش می‌دهد، بسیاری از مردان جوان قرار گذاشتن را به عنوان نوعی «خرید بی‌قاعده» همراهی زنانه تعریف می‌کردند.

ممکن بود مردان با دختران قرار بگذارند یا یک گل سینه گران‌قیمت هزینه کنند، اما به هیچ‌وجه پول نقدی یا حتی هدیه نقدی پیشکش نمی‌کردند. در واقع، در قلمرو خواستگاری،

آمریکایی‌ها هرگز به نقطه‌ای نرسیدند که یک مرد بتواند هدیه‌ای از پول قانونی بدهد مگر اینکه فرض بر ازدواج یا رابطه جنسی باشد. توجه کنید که نشانه‌های عشق محبوب اوایل قرن به عنوان اقلام هدیه هنوز تعریف نشده بودند. خرید سکه مرسوم نبود مگر آنکه آنها با پیام‌های احساسی حکاکی شوند. بنابراین، در حالی که روسپی‌خانه‌ها ارزش‌های خاصی مانند توکن‌های برنجی برای پرداخت به روسپی‌ها ایجاد کردند، زوج‌های خواستگار نشانه‌های رمانتیکی بدون ارزش تبادلی اختراع کردند تا به عنوان هدیه استفاده شوند.

البته، سایر انتقال‌های پول قانونی از مردان به زنان خارج از خواستگاری یا ازدواج مشروع بودند، مانند کمک نقدی خیریه یا حقوق. اما حتی انعام‌های یک مرد به عنوان کادوهای مشکوک برای تن‌فروشی و مطالبه سکس به حساب می‌آمدند؛ برای مثال، بیانیه‌ای سال ۱۹۱۲ توسط انجمن حفاظت از خردسالان شیکاگو را در نظر بگیرید که انعام دادن را یک سیستم «مضر» می‌دانست که دختران جوانی را که «هرگز به فکر پذیرش پول از یک مرد نمی‌افتادند» تشویق می‌کرد تا انعام او را بپذیرند، و بدین ترتیب «رابطه‌ای از وابستگی و حمایت ایجاد می‌کرد که ممکن است به راحتی آغاز توجهات نامناسب شود».

خواستگاری قرن بیستم شامل هدایای مستقیم پول نبود، اما به‌طور معمول مستلزم خرید مشترک کالاها یا خدمات توسط مرد بود، از گل سینه دختر گرفته تا پرداخت هزینه شام، بلیط تئاتر و حمل‌ونقل. کتاب‌های آداب معاشرت در دهه ۱۹۲۰ مسئله تمایز دقیق‌تر بین چنین ردوبدل کردن‌های غیرمستقیم پول از مردان به زنان را توضیح می‌دادند:

برای مثال، پرداخت کرایه ماشین برای یک زن «بسیار ناچیز بود» که یک زن می‌توانست به مرد اجازه دهد آن را پرداخت کند، اما زنی که در رستوران با یک آشنا ملاقات می‌کرد، «نمی‌گذاشت او هزینه غذایش را بپردازد، مگر اینکه او به‌طور خاص او را دعوت کرده باشد که به او بپیوندد.» فقط اگر زن «برای تماشای یک نمایش بعدازظهر، یا یک چای، یا برای تماشای یک مسابقه بیسبال دعوت شده بود»، انتظار می‌رفت که مرد «تمام هزینه‌ها را بر عهده بگیرد».

آیین‌های خواستگاری طبقه کارگر، تمایز بین انتقال‌های هدیه را دشوارتر از قرارهای طبقه متوسط می‌کرد. «مهمان کردن»، همان‌طور که در مطالعه کتی پیس درباره زنان مجرد طبقه کارگر در نیویورک در آغاز قرن نشان داده شده است، به ترتیبی محبوب تبدیل شد که طی آن زنان از مردان کمک مالی، هدایا و دسترسی به سرگرمی‌ها را دریافت می‌کردند و در ازای آن انواع مختلفی از لطف‌های جنسی، از معاشقه تا رابطه جنسی، ارائه می‌دادند. زنان کارگر جوانی که دستمزدهای پایینی داشتند و موظف بودند به درآمد خانواده‌هایشان کمک کنند، پول اندکی برای خرید لباس یا سرگرمی خودشان باقی می‌ماند. بنابراین، آن‌ها به دوستان مردشان وابسته بودند تا آن‌ها را به رقص، نوشیدنی، تئاتر یا شام «مهمان کنند». همان‌طور که پیس گزارش می‌دهد، آداب غیررسمی طبقه کارگر دامنه گسترده‌تری از پرداخت‌های غیرمستقیم قابل قبول برای زنان را نسبت به طبقه متوسط مجاز می‌دانست؛ دختران کارگر نه تنها تفریح و غذا از یک مرد را می‌پذیرفتند، بلکه هدایایی مانند لباس یا حتی یک سفر تفریحی را نیز قبول می‌کردند.

بسیاری از این مبادله‌های غیرنقدی توسط نامزد یک زن یا «دوست ثابت» او پرداخت می‌شد، اما گزارش شده است که برخی زنان از آشنایان معمولی نیز مهمانی قبول می‌کردند. با این حال، مبادله همچنان در قلمرو هدایای خواستگاری باقی می‌ماند. با این حال، تمایز بین خواستگاری و تن‌فروشی با «دختران روسپی» که لذت‌های جنسی را در ازای هدایا یا دیگر «مهمانی‌ها» به غریبه‌هایی که در سالن‌های رقص عمومی ملاقات می‌کردند ارائه می‌دادند، کمرنگ‌تر شد. همچنین «رقصنده‌های تاکسی» وجود داشتند که از طریق رقص با مشتریان پولی امرار معاش می‌کردند. لئو روستن یک تور شبانه در سه سالن رقص تاکسی نیویورک را به یاد می‌آورد؛ در «هانی‌مون لین دنس‌لند» در خیابان هفتم، مونا او را به پیست رقص برد و «بدنش، که مثل مارشمالو نرم بود، به بدن من چسبید... و زمزمه‌ای شهوانی کرد: 'مممم-مم!'» پس از رقصیدن برای لحظه‌ای «نزدیک به خلسه»، یک بوق بلند «صدا کرد»، و مونا به سرعت «خودش را جدا کرد» و به او دستور داد که بلیط‌های رقص بیشتری بگیرد. وقتی روستن اعتراض کرد که فکر می‌کرد بلیتش برای یک رقص کامل است، مونا اعلام کرد که «یک رقص هر بار که بوق صدا می‌کند» - یعنی هر دقیقه - است. پس

از اینکه روستن سریعاً با ده بلیط دیگر برگشت، مونا بار دیگر «گرم و تسلیم در آغوش من بود - تا اینکه بوق دهمین فرمان مالی‌اش را به پایان رساند.» جین بعداً توضیح داد که رقصنده‌ها نیمی از قیمت بلیط‌هایشان را نگه می‌داشتند، به علاوه «باید هدایا را هم اضافه کنید... مثل لباس زیر زیبا، یک دستبند، یک کیف، یک تکه جواهر، شاید یک لباس شب.» یا گاهی پول نقد. در «مجستیک دنس‌لند»، هانی به روستن درباره یک دلال املاک از سنت لوئیس که با او قرار داشت گفت: یک بار «او در تاکسی که مرا به یک غذای چینی خوشمزه می‌برد، به من نزدیک شد و بدون یک کلمه به من نزدیک شد و بوسه‌ای به من داد - نه خشن یا اجباری، فقط یک بوسه کوچک و شیرین. سپس بدون یک کلمه ده دلار به من داد.» با رقصنده‌های تاکسی، همان‌طور که پل جی. کرسی در گزارش سیستماتیک‌تر خود از سالن‌های رقص شیکاگو در دهه ۱۹۲۰ اشاره کرد، قرار - «یک روش پذیرفته‌شده معمولی برای آشنایی جوانان» - «لمحه‌ای از فساد» پیدا کرد. با این حال، مانند «دختران روسپی»، رقصنده‌های تاکسی روسپی نبودند، بلکه به یک شغل «میانی» مشغول بودند. در قالب بلیط‌های رقص، سالن‌های رقص تاکسی حتی ارز خاص خود را داشتند که اقتصاد جنسی خاص بین مشتری و رقصنده را مشخص می‌کرد. کرسی پنج رابطه متمایز بین رقصنده و مشتری را مشاهده کرد، هر کدام با قوانین پرداخت خاص خود، نه تنها پرداخت استاندارد رقص بلکه «رقص‌های رایگان» برای «خواستگاران محبوب‌تر»؛ نقش «معشوقه»؛ یا «هم‌خانه» که در آن، برای چند ماه، مرد هزینه اجاره یا مواد غذایی رقصنده را پرداخت می‌کرد؛ «هم‌خانه چندگانه»، که در آن دختر «توافق می‌کند که به سه یا چهار مرد خاص وفادار باشد»، که از طریق «ترتیبات جداگانه» نیازهای مالی او مانند اجاره، مواد غذایی یا لباس را برآورده می‌کردند؛ و «قرار شبانه»، که «به سرعت ویژگی تن‌فروشی مخفیانه را به خود می‌گیرد.» به طور کلی، تنها یک پرداخت نقدی مشخص در زمان روابط جنسی، فعالیت‌های یک زن را به عنوان تن‌فروشی مشخص می‌کرد. همان‌طور که پیس توضیح می‌دهد، تا زمانی که «دختران روسپی» از مردان پول قبول نمی‌کردند، درجه‌ای از احترام جنسی را حفظ می‌کردند.

بنابراین، ما دیدیم که چگونه مردم از طیف گسترده‌ای از تکنیک‌ها برای شخصی‌سازی هدایای خود و تمایز روابط اجتماعی صمیمی و عاطفی از دیگر تبادلهای اجتماعی استفاده می‌کنند. با هدایای پولی، این چالش فوری‌تر، حساس‌تر و زمان‌برتر بود. با افزایش کاربرد پول قانونی، شخصی‌سازی پول به مهارت، عزم و دقت نیاز داشت. اکنون بیایید بررسی کنیم که این کار چگونه انجام شد.

تبدیل پول قانونی به پول هدیه

لو النور کلبی را به یاد بیاورید که اسکناس‌های دلاری خود را قبل از ارسال به مادرش به عنوان هدیه کریسمس تزئین می‌کرد. بسته‌بندی هدیه‌ای پول قانونی یکی از دراماتیک‌ترین روش‌هایی بود که مردم برای تمایز پول هدیه استفاده می‌کردند. آن‌ها همچنین این کار را با انتخاب یا ایجاد پول‌های هدیه متمایز، تفکیک پول‌ها، یا محدود کردن استفاده از هدایای پولی انجام می‌دادند.

ابتدا، تغییر فیزیکی پول را در نظر بگیرید. در جوامع ابتدایی، پول‌های هدیه به راحتی قابل شناسایی بودند. برای مثال، در جزیره راسل در اقیانوس آرام، فقط یک سکه صدفی خاص با شکل و رنگ مشخص می‌توانست برای انجام ازدواج معتبر استفاده شود. برای آمریکایی‌ها، هدیه دادن پول دشوارتر بود: آن‌ها باید تمایزات خود را روی پول به شکل استاندارد ایجاد می‌کردند.

آن‌ها این کار را با اصالت و مهارت قابل‌توجهی انجام دادند. مجلات زنان بسیاری از استراتژی‌های وقت‌گیر و اغلب پیچیده برای تبدیل پول قانونی به پول هدیه را توصیف می‌کنند: سکه‌های طلا که در کلوچه‌ها پنهان شده یا با مهرهای کریسمس پوشانده شده بودند؛ اسکناس‌های دلاری که یک کمر بند را تزئین می‌کردند یا در یک قاب عکس قرار داده شده بودند. عروسی یک «بسته‌بندی با دقت» از پزشک خود دریافت کرد. داخل آن یکی از «جعبه‌های قرص ترسناک» او را یافت که پر از سکه‌های طلا بود و برچسب «قبل یا بعد از

غذا مصرف شود» داشت. هرچه تزئین بهتر بود، هدیه موفق‌تر بود. در واقع، زنان افتخار می‌کردند که «مدت زیادی طول می‌کشید تا گیرنده متوجه شود که هدیه‌ای از پول دریافت کرده است». گاهی بسته‌بندی هدیه آن‌قدر منحصر به فرد بود که «حیف بود پول را بیرون بیاورند». یک مثال، مهمانی چای «چک شاور» بود که توسط «گروهی از دختران شاغل» که وقت «گلدوزی یا قلاب‌بافی» نداشتند، سازمان‌دهی شده بود. با این حال، آن‌ها وقت پیدا کردند تا هدیه‌ای آماده کنند که «به هیچ وجه سودجویانه به نظر نمی‌رسید»: «ساندویچ‌های شطرنجی... آب‌نبات‌های شطرنجی... پارچه چای یک پارچه شطرنجی صورتی و سفید بود... و یک نگهدارنده شطرنجی صورتی و سفید برای دسته کتری داغ وجود داشت... وقتی دختر نامزد شده دکمه نگهدارنده کتری را باز کرد، با دیدن چک‌های شخصی تا شده دختران که داخل آن بود، بسیار تحت تأثیر قرار گرفت».

به شوهران توصیه می‌شد که هنگام دادن هدایای پولی به همسرانشان خلاقیت مشابهی نشان دهند، تا هدیه از کمک‌هزینه آن‌ها متمایز شود؛ در مقاله «اگر... به او چک می‌دهید» در نشریه «لیدی‌ز هوم ژورنال» توصیه کردند، «آن را در یک کیف گلدوزی‌شده، یا یک سبد خیاطی چرمی، یا یک جعبه جواهرات که خود یک هدیه کوچک باشد، قرار دهید. هر چه می‌دهید، نگذارید فقط یک مقدار پول باشد». زنان خانه‌دار نیز تلاش مشابهی برای تمایز هدیه کریسمس خدمتکارشان از سایر پرداخت‌ها انجام می‌دادند: یک زن گزارش داد که چگونه پول برای کمک‌کننده‌اش را «کریسمسی‌تر کرده بود با قرار دادن آن در یک کیف کوچک یا یک دستمال زیبا»، و بدین ترتیب «تمایزی بین هدیه و دستمزد ماهانه» ایجاد کرده بود.

صنعت کارت تبریک با افزودن به هدیه دادن پول کمک کرد، با آنچه یک گزارش تاریخی از این تجارت «تنوع تقریباً بی‌پایان» نگهدارنده‌های پول می‌نامد، زیرا طراحان ظاهراً «با یکدیگر رقابت می‌کردند تا ایده‌های اصلی برای نگهدارنده سکه‌ها، اسکناس‌ها و چک‌ها تولید کنند». برخی کارت‌ها - چه تجاری و چه خانگی - از نمادهای مذهبی برای هدیه دادن پول استفاده می‌کردند. پول کریسمس دست‌ساز اغلب با یادآورهای آیینی تزئین می‌شد - برای مثال، مخروط کاج درخت کریسمس که به عنوان نگهدارنده پول استفاده می‌شد. و

شرکت‌های کارت تبریک نگهدارنده‌های پولی به شکل درخت کریسمس یا ارائه‌شده توسط بابانوئل تولید می‌کردند.

پول همچنین با تبدیل شدن به یک آیتم بازیگوشانه هدیه داده می‌شد. کارت‌های کریسمس طنزآمیز انگلیسی در دهه ۱۸۷۰ اغلب از سکه‌های جعلی به عنوان بازی با کلمات استفاده می‌کردند. در اواسط قرن نوزدهم، هم در انگلستان و هم در آمریکا، اسکناس‌های بانکی هوشمندانه‌ای ساخته شد که به عنوان هدیه ولنتاین یا «پول عشق» فرستاده می‌شد. اما تا قرن بیستم، آمریکایی‌ها با پول واقعی بازی می‌کردند. زنان خانه‌دار پیام‌های طنزآمیزی برای شخصی‌سازی بهتر هدیه پولی خود می‌نوشتند: «این شما را به دوستم بیل معرفی می‌کند. او آدم خوبی است، آماده خرج کردن و خرج شدن است. دفعه بعد که برای خرید می‌روید او را با خود ببرید.» کارت‌های پولی هالمارک تصاویر جذابی از کودکان، حیوانات، یا نسخه‌های شاد بابانوئل با پیام‌های سرگرم‌کننده نمایش می‌دادند. طنز، مانند آیین، به تمایز پول به عنوان هدیه کمک می‌کرد. زبان نیز همین کار را می‌کرد؛ در کارت‌های هدیه، پول به «چیزی برای شاد کردن» یا «هدیه‌ای کوچک» تبدیل می‌شد.

روش دوم برای تمایز فیزیکی پول هدیه، استفاده از انواع خاصی از پول مانند سکه‌های طلا یا اسکناس‌های دلاری کاملاً نو بود. هر کریسمس، تقاضا برای سکه‌های طلا و اسکناس‌های نو کار زیادی برای ضرابخانه و همچنین بانک‌هایی که پول را توزیع می‌کردند، ایجاد می‌کرد. در نوامبر ۱۹۱۰، وقتی خزانه‌داری به دلایل اقتصادی تصمیم گرفت برای کریسمس پیش‌رو سکه‌های جدید منتشر نکند، «دیوار اعتراض... خشم خریداران و خواسته‌های تجار» به حدی بود که، طبق گزارش نیویورک تایمز، مقامات خزانه‌داری در نظر گرفتند چند میلیون سکه نقره برای هدیه‌های تعطیلات سفارش دهند.

پول‌های خاص همچنین برای پرداخت هزینه خدمات مرتبط با رویدادهای آیینی استفاده می‌شد، برای مثال، هزینه کشیش برای مراسم عروسی. کتاب‌های آداب معاشرت با دقت مشخص می‌کردند که نه تنها چه کسی باید هزینه کشیش را بپردازد (داماد، از طریق ساقدوش اصلی)، بلکه چگونه باید پول را ارائه داد. روش استاندارد در اوایل دهه ۱۹۰۰ این

بود که به کشیش حداقل پنج دلار به صورت سکه‌های طلا، اسکناس‌های تمیز، یا چک در یک پاکت مهر و موم شده داده شود. اما گاهی حتی همین دستورها هم کفایت نمی‌کرد. در دسامبر ۱۹۰۷، وقتی جماعتی به کشیش دکتر جونز، کشیش کلیسای پرسبیتی در پیتسبورگ، یک کیف کریسمس حاوی ۱۰۰ دلار سکه طلای نو اهدا کرد، طبق تیتیر نیویورک تایمز، کشیش «طلا را قبول نکرد و آن را پس داد.» «پول نوی هدیه داده شده» فاقد شعار «به خدا اعتماد داریم» بود؛ زیرا اخیراً توسط رئیس‌جمهور این جمله از روی اسکناس‌ها حذف شده بود. برای کشیش، چنین «سکه‌های بی‌خدا» نمی‌توانست به عنوان هدیه واجد شرایط باشد؛ او به جماعتش گفت، «من قسم خوردم که هیچ پولی که شعار قدیمی را نداشته باشد، قبول نکنم».

دیگران پول قانونی را با خارج کردن آن از گردش و حک کردن پیام‌های شخصی خودشان به عنوان هدیه نشانه‌گذاری می‌کردند. به‌طور قابل‌توجهی، مطالعات پول ابتدایی نشان می‌دهند که گاهی سکه‌های طلا و نقره به نوعی جواهر معروف به «پول مرده» تبدیل می‌شدند. کتاب‌های آداب معاشرت اوایل قرن، بسیاری از این «از رده خارج‌کرده‌های» نمادین پول را مستند می‌کنند که پول را به یک هدیه تزئینی تبدیل می‌کرد. برای مثال، یک هدیه «نفیس» برای غسل تعمید، زنجیر و قفل طلایی ساخته‌شده از قطعات طلای پنج دلاری بود که توسط هر یک از ساقدوش‌های پدر اهدا شده و توسط یک زرگر ذوب شده بود.

روش رادیکال‌تر هدیه دادن پول، اختراع پول‌های جدید بود. در اینجا، بار دیگر، تجارت با نوآوری‌هایی مانند سفارش پول کریسمس یا گواهی هدیه وارد شد. برای نشان دادن تفاوت با انتقال‌های معمولی پول، سفارش‌های هدیه - مانند کارت‌های پولی - اغلب با تصاویر آیینی تزئین می‌شدند. امریکن اکسپرس اولین سفارش‌های پول کریسمس خود را با تصویر زنی که کنار آخوری که مسیح در آن متولد شده بود نشسته بود، تبلیغ کرد. پوستر تبلیغاتی توضیح داد که زن نزدیک به مکانی نشسته بود که سه مرد حکیم هدایایی به مسیح تقدیم کرده بودند. تا دسامبر ۱۹۱۷، این شرکت از هر دو تم خانگی و جنگی استفاده کرد. آن کریسمس، دو کارت تراموا چاپ کرد تا سفارش‌های پول را به عنوان «مناسب‌ترین هدیه

زمان جنگ» تبلیغ کند: یکی سربازی را نشان می‌داد که سفارش هدیه خود را نمایش می‌داد؛ و دیگری - که احتمالاً برای مهاجران به عنوان حواله هدف‌گذاری شده بود - یک زوج مسن را نشان می‌داد که سفارش پول را به همراه یادداشتی از پسرشان در دست داشتند که توضیح می‌داد: «چون نمی‌دانستم چه چیزی بیشتر دوست دارید، این هدیه کاربردی را برایتان می‌فرستم».

گواهی‌های هدیه - که در این دوره اولیه همچنین کوپن‌های کالا یا اوراق هدیه نامیده می‌شدند - ابزاری هوشمندانه برای پاسخگویی به تعهدات هدیه‌ای در حال گسترش مردم در اوایل دهه ۱۹۰۰ بودند. از نظر صرفاً عملی، همان‌طور که تبلیغات اشاره می‌کردند، آن‌ها «مشکل "چه چیزی بگیرم" را حل می‌کردند؛ اهداکننده نه تنها «از تمام زحمات نجات می‌یافت»، بلکه مطمئن می‌شد که «هدیه‌اش تکراری نخواهد بود». اما، قطعاً، جذابیت اصلی گواهی‌های هدیه به کارایی هدیه غیر نقدی نبود. در مقابل گواهی‌ها فرستادن پول نقد ساده‌تر بود. گواهی‌ها با مهارت پول نقد را به هدیه تبدیل می‌کردند. اهداکنندگان به فروشگاه پول می‌دادند تا پولشان را به سندی که اغلب «به‌طور زیبا حکاکی و برجسته» شده بود، تبدیل کنند، که معمولاً با نام اهداکننده و گیرنده شخصی‌سازی می‌شد. این گواهی هدیه جدید با محدود کردن خرج کردن آن به یک فروشگاه خاص یا حتی یک آیتم خاص، از پول قانونی متمایز می‌شد. همچنین این گواهی قابل تبدیل به پول نقد معمولی نبود: شرکت سیمپسون کرافورد نیویورک در تبلیغی در سال ۱۹۰۶ در مجله جهان هشدار داد، «گواهی‌های هدیه آن‌ها صرفاً برای خرید کالا در هر جای فروشگاه قابل استفاده است» اما «قابل انتقال به پول نقد نیست».

اگرچه اطلاعات کمی درباره گردش واقعی گواهی‌های هدیه داریم، به نظر می‌رسد که این پول‌ها بیشتر برای روابط دوستانه اما نه بیش از حد صمیمی یا برای انتقال‌های کمتر شخصی و نابرابر مناسب بودند. تبلیغات میسی آموزنده است: وقتی «در انتخاب هدیه برای یک دوست، برای کارمندان یا هدایای خیریه شک دارید»، اوراق فروشگاه آن‌ها «مشکل را حل می‌کند»؛ این تبلیغ توضیح می‌داد، «[اوراق] به عنوان هدیه به دوستان باید خوشحال‌کننده باشد، زیرا به گیرنده تضمین می‌دهد هر چه که او می‌خواهد را می‌تواند با

این هدیه تامین کند.» یا گواهی‌های دستکش سیمپسون کرافورد را در نظر بگیرید که برای «کارمندان دفتری - یا هر کارمندی که قرار است از آنها تقدیر شود» هدف‌گذاری شده بود. بخشی از جذابیت گواهی، این بود که بخشی از کار شخصی‌سازی هدایا به گیرنده واگذار می‌شد: تبلیغ مارک کراس توضیح داد، «گواهی دستکش آن‌ها می‌تواند به جای خود دستکش‌ها خریداری و ارسال شود، این موضوع به هدیه گیرنده اجازه می‌دهد دستکش‌های خودش را انتخاب کند».

دستکاری فیزیکی پول قانونی یک تکنیک قدرتمند و ملموس برای تبدیل پول به هدیه بود. اما پول همچنین در مرحله‌ای زودتر هدیه داده می‌شد، زیرا مردم برخی پول‌ها را از دیگر پول‌های خانگی جدا می‌کردند تا برای هدایا خرج شوند؛ خانواده‌ها اغلب پول هدیه خود را در یک جعبه خاص، یک قوطی حلبی، یا پس از ۱۹۱۰، در یک حساب بانکی کلپ کریسمس نگه می‌داشتند. طرح حساب‌های پس‌انداز کریسمس بانک‌ها موفقیتی خیره‌کننده داشت: تا دسامبر ۱۹۲۶ گزارش شد که حدود ۴۰۰ میلیون دلار به عنوان هدیه کریسمس به حدود ۸ میلیون سپرده‌گذار توسط حدود ۸۰۰۰ بانک در سراسر کشور توزیع شده است. برای پنجاه هفته در سال، هر عضو کلپ، با استفاده از یک دفترچه کوپن، یا کارت‌های پانچ، یا دفترچه‌های اقساط بانکی، مقدار کمی - میانگین سپرده در دهه ۱۹۲۰ یک دلار بود اما مقادیر از ۲۵ سنت تا ۲۰ دلار متغیر بود - سپرده‌گذاری می‌کردند که درست قبل از کریسمس به صورت یکجا این اعداد بازپرداخت می‌شد.

جذابیت حساب‌های کریسمس ارتباط کمی با انگیزه‌های اقتصادی داشت. اگرچه چند بانک نرخ بهره مشابه حساب‌های پس‌انداز معمولی را برای حساب‌های کلپ پرداخت می‌کردند، اکثر بانک‌ها نرخ بهره بسیار پایین‌تری ارائه می‌دادند و، در بسیاری از موارد، هیچ بهره‌ای نداشتند. و با این حال، مردم همچنان پول‌های پس‌انداز خود را به بانک می‌آوردند تا برای کریسمس کنار گذاشته شود. گزارش سال ۱۹۴۰ در مجله بانکدار به محبوبیت زیاد این روش سیستماتیک جمع‌آوری مبلغ مشخص برای هدفی مشخص... بدون توجه به سود سهام اشاره کرد. بانکداران اعتراض کردند که از این سپرده‌های کوچک سود کمی یا هیچ سودی نمی‌برند و فقط آن‌ها را برای جذب مشتریان جدید مزدبگیر نگه می‌داشتند؛ با این حال،

بانک‌ها به‌طور فعال «چک‌های لب‌خند» خود را تبلیغ می‌کردند و سپرده‌گذاران احتمالی را تشویق می‌کردند که «با سپرده‌گذاری هر هفته یک شمع کریسمس روشن کنند». همان‌طور که یک بانکدار به یک مصاحبه‌کننده اعتراف کرد، شعار «پول کریسمس»... آن‌ها صدها و هزاران نفر را جذب می‌کند. آن‌ها را به روشی جذب می‌کند که صرفه‌جویی، فقر، امنیت و بقیه شعارهای تبلیغاتی بانک نمی‌توانند حتی به آن نزدیک شوند. علاوه بر این، یهودیان ظاهراً مفهوم کلوپ کریسمس را برای هانوکا اقتباس کردند: تا اواسط دهه ۱۹۲۰ تبلیغات «برای هانوکا پس‌انداز کنید» توسط موسسه پس‌انداز ایست ریور در «در تاگ» و «مورگن ژورنال»، دو روزنامه یهودی ییدیش، دیده شد. اگرچه به زبان ییدیش چاپ شده بود، تبلیغ یک زوج جوان را نشان می‌داد که کنار یک درخت کریسمس ایستاده بودند.

ما اطلاعات کمی درباره سپرده‌گذاران کلوپ کریسمس داریم. ممکن است برخی مشتریان مرفه بوده باشند، اما اکثر اعضای کلوپ کارگران بودند، به‌طور معمول همسر کارگر که، طبق مطالعه‌ای از هشت بانک بوستون در سال ۱۹۲۶، «مجبور بود و... مایل بود مقادیر کوچک‌تری به نسبت مردان پس‌انداز کند.» در واقع، گزارش شده است که برخی از مردان مورد مصاحبه «خجالت می‌کشیدند که در پنجره کلوپ کریسمس دیده شوند.» برای زنان، و احتمالاً همچنین برای برخی کودکان، کلوپ کریسمس - مانند بانک‌های پراویدنس پنی که پیش از آن وجود داشت - یک ابزار نهادی مفید برای حفاظت از پول‌ها از اقتصاد خانگی بود تا توسط آن‌ها برای هدیه‌دادن یا سایر هزینه‌های خانگی استفاده شود.

محدودیت‌ها بر پول هدیه

ما دیدیم که چگونه پول برای هدیه‌دادن کنار گذاشته می‌شد و سپس خودش به عنوان یک آیتم هدیه به کار می‌رفت. اما هدیه‌دادن پول در اینجا متوقف نمی‌شد؛ همچنین مهم بود که گیرنده چگونه پول هدیه را خرج می‌کرد. یک چک تولد قرار نبود برای خرید مواد غذایی استفاده شود، یا پول کریسمس برای پرداخت بدهی قمار استفاده شود. برای تکمیل فرآیند هدیه‌دادن، اهداکنندگان و گیرندگان راه‌هایی برای محدود کردن خرج کردن پول‌های

هدیه پیدا کردند. اگرچه هدایای پولی به عنوان «مفیدترین» هدیه‌ها تحسین می‌شدند زیرا به گیرندگان آزادی انتخاب کالاهای هدیه خودشان را می‌دادند - امتیاز نهایی یک فرهنگ مصرف‌گرا - گیرندگان آن قدر که تصور می‌شد آزاد نبودند. نشانه‌گذاری پول به عنوان هدیه، تعهداتی را بر خرج کردن آن تحمیل می‌کرد که با پول دستمزد وجود نداشت. ما دیدیم که چگونه، در واقع، گواهی‌ها پول‌های بسیار محدودی بودند.

البته، برای اهداکنندگان کنترل انتقال هدیه با انتخاب یک شیء به عنوان کادو آسان‌تر بود. راهنماهای آداب معاشرت حقوق اهداکننده را با اصرار بر اینکه یادداشت تشکر گیرنده همیشه باید به‌طور خاص به آیتم دریافت‌شده اشاره کند، و با قرار دادن محدودیت‌های خاصی بر تبادل کالاهای هدیه، به رسمیت می‌شناختند. با پول، این کار پیچیده‌تر بود؛ با این حال، کتاب‌های آداب معاشرت روزافزون خوانندگان خود را تشویق می‌کردند که دقیقاً تأیید کنند چه چیزی را با هدیه پولی یک خویشاوند خریده‌اند یا خواهند خرید. برای مثال، انتظار می‌رفت که یک هدیه عروسی برای مبلمان خانه جدید زوج یا برای سفر عروسی خرج شود. حتی یک هدیه تولد نقدی می‌توانست توسط دوستان یا خویشاوندان برای تأثیرگذاری بر الگوی مصرف گیرنده استفاده شود: برای مثال، هدیه تولد ۵۰ دلاری یک عمه برای کاغذدیواری دوباره پارلور خواهرزاده‌اش تعیین شده بود.

کارشناسان اقتصاد خانگی که عمیقاً نگران منطقی‌سازی مالی بودند، دلایل خودشان را برای توصیه به نشانه‌گذاری پول هدیه داشتند. بنجامین آر. اندروز، استاد اقتصاد خانگی در کالج معلمان دانشگاه کلمبیا، هشدار داد که «خطر هدایا» در «دریافت چیزی که با زحمت به دست نیامده است» نهفته است و بنابراین کمتر احتمال دارد که «واکنش اقتصادی سالمی در گیرنده ایجاد کند.» اندروز توصیه کرد که پول هدیه را «جدا از درآمد منظم جاری نگه دارید، از آن برای نیازهای جاری استفاده نکنید، بلکه آن را به سرمایه شخصی خود اضافه کنید.» هدایا به کودکان، برای مثال، بهتر است برای یک حساب پس‌انداز تعیین شود، که به عنوان «صندوق آموزش یا شروع زندگی» کودک نگه داشته شود. اندروز نتیجه گرفت که هدایای پولی «وقتی مشروط باشند، عاقلانه داده می‌شوند».

در واقع، وقتی صحبت از پول‌های هدیه کودکان - حتی مبالغ کوچک - می‌شد، نشانه‌گذاری به عنوان یک فرآیند آموزشی توجیه می‌شد. حتی در حالی که کمک‌هزینه به عنوان بهترین منبع درآمد حمایت می‌شد، اکثر کودکان همچنان هدایای پولی را از والدین، خویشاوندان و بازدیدکنندگان در کریسمس، تولدها یا مناسبت‌های دیگر دریافت می‌کردند. با این حال، والدین که نگران مهارت‌های مصرفی فرزندانشان بودند، بین ارزش انتخاب آزاد و ضرورت خرج کردن عاقلانه مردد بودند. یک موقعیت معمولی را که توسط یک کتاب عملی اوایل قرن بیستم درباره مدیریت خانگی مطرح شده است، در نظر بگیرید: یک دختر جوان تصمیم می‌گیرد که سکه طلای پنج دلاری که به عنوان هدیه از مادر بزرگش دریافت کرده را خرج کند، نیمی را به برادرش بدهد و نیمی دیگر را خودش خرج کند، و احساس می‌کند که «این مال شخصی اوست، که هر طور بخواهد می‌تواند با آن رفتار کند.» اما مادر دختر «می‌خواست به او دیکته کند که با آن چه چیزی باید بخرد.» وقتی مادر بزرگ با اکراه مداخله کرد و به نوه‌اش توصیه کرد که «بهتر است آن را همان‌طور که مادرت می‌خواهد خرج کنی»، دختر هدیه‌اش را پس داد. اگرچه حامیان اولیه حقوق کودکان اصرار داشتند که «هیچ‌کس نباید به [کودکان] بگوید که چگونه پول خودشان را خرج کنند»، در واقع اکثر والدین به نظر می‌رسد که خرج کردن فرزندانشان، از جمله هدایای پولی آن‌ها، را به دقت نظارت می‌کردند.

قدیم‌تر پول هدیه به عنوان یک هدیه خیریه نشانه‌گذاری می‌شد، و بدین ترتیب پول نقد را به خدیه از نظر اخلاقی برتری به نسبت یک هدیه معمولی تبدیل می‌کرد. بنابراین خواننده «لیدیز هوم ژورنال» که تعریف کرد چگونه هر سال دنبال «یک مورد شایسته مثل: دختری که برای تحصیل موسیقی تلاش می‌کند یا جوانی که آرزوی دانشگاه دارد؛ زنی که باید در بیمارستان باشد» می‌گشت. او سپس از دوستانش خواست که مبلغی را که قصد داشتند برای هدیه کریسمس او خرج کنند در «یک پاکت خالی مهر و موم‌شده، بدون علامت» بیاورند، سپس پولی که خودش برای هدایای آن‌ها خرج می‌کرد را اضافه کرد، و کل صندوق هدیه را به یک کمک خیریه تبدیل کرد. اغلب هدیه دادن پول تنها راه برای ارائه کمک مالی به یک دوست یا خویشاوند بود؛ همان‌طور که خانم کلبی توضیح داد، «پیام‌رسان‌های کوچک شاد کریسمس» او می‌توانستند «به خانه‌هایی فرستاده شوند که پول، اگرچه به

شدت مورد نیاز بود، ممکن بود از طریق کانال‌های معمولی فرستاده نشود.» هدیه دادن، رابطه بین اهداکننده و گیرنده را به عنوان رابطه‌ای برابر تعریف می‌کرد، و بدین ترتیب مبادله را به جای مبادله شرم‌آور به یک تبادل عاطفی تبدیل می‌کرد.

محدود کردن استفاده از پول هدیه صرفاً یک بهبود برای طبقات بالا نبود. «اس‌پی‌یوجی»، که تا سال ۱۹۱۳ به «انجمن ترویج هدیه مفید» تغییر نام داد، افتخار می‌کرد که پول رشوه‌ای که دختران کارگر برای هدایا به مافوق‌هایشان خرج می‌کردند، را تبدیل به «هدیه ای خوب» کنند. بسیاری از زنان جوان از پس‌اندازهایشان «برای هدایای کوچک به خانواده‌های فقیرتر از خودشان» استفاده می‌کردند. نامه‌های مهاجران به خانه به وضوح نشان می‌دهد که آن‌ها نیز عمیقاً به نحوه استفاده از هدایای پولی‌شان اهمیت می‌دادند: اهداکنندگان به‌طور معمول به والدین، خواهر و برادرها، همسران یا فرزندان‌شان دستور می‌دادند که حواله‌های هدیه خود را چگونه خرج کنند، چه برای یک کت و شلوار، یک لباس، یا جشن‌های کریسمس. مطمئناً دستورات آن‌ها گاهی توسط گیرندگان تغییر می‌کرد، اما، حداقل از شواهد، به نظر می‌رسد که گیرنده موظف بود حسابداری از نحوه و دلیل خرج کردن متفاوت پول ارائه دهد. والدین یک مهاجر لهستانی در ژانویه ۱۹۰۲ پاسخ دادند، «که ممکن است [از ۱۰ روبلی که فرستاده بود] یک درخت کریسمس بهتر درست کنیم... و در طول تعطیلات خودمان را شاد کنیم.» اما، در عوض، پول تقسیم شده بود، آن‌ها گزارش دادند، برای پرداخت بدهی هشت روبلی به نجار، یک روبل برای مراسم عشای ربانی خرج شده بود، و فقط بقیه را «برای جشن کریسمس خودمان گرفتیم».

محدودیت‌ها بر خرج کردن پول هدیه به‌طور جادویی عمل نمی‌کرد. پیوندهای صمیمی بلندمدت بین اهداکننده و گیرنده همیشه درمیان بود. همان‌طور که مکاتبات مهاجران به‌طور دردناکی نشان می‌دهد، حواله‌های پولی آنها برای خانواده‌هایشان راهی برای «به‌یادسپردن» و حفظ پیوندهای خانوادگی بود. به چالش کشیدن یک هدیه نقدی تا حدی رد احساسات اهداکننده و خود رابطه بود.

بنابراین مردم عمیقاً به تمایز پول به عنوان هدیه اهمیت می‌دادند؛ آن‌ها این کار را با تزئین، اختراع، تفکیک و محدود کردن پول‌ها انجام می‌دادند. در واقع، آن‌ها از انواع دیگر تکنیک‌ها نیز استفاده می‌کردند، برای مثال، برچسب زدن مبالغ خاصی به عنوان مقادیر هدیه‌شده، مانند تعیین عدد ۱۸ توسط یهودیان به عنوان هدیه چای یا زندگی، به طوری که هدیه‌ای ۱۸ دلاری منحصر به فردتر و به طور مشخص معنادارتر از ۱۹ یا ۲۰ دلار بود.

آنچه اهمیت داشت، نشانه‌گذاری پول استاندارد به روشی مشخص بود چنان‌که به همان پول قانونی مورد استفاده در مبادله‌های غیرشخصی، اجازه می‌داد به عنوان هدیه‌ای احساسی به دیگران اعطا شود، تا دانش خاص اهداکننده از فرد دیگر و رابطه‌شان را نشان دهد. این به‌ویژه برای صمیمی‌ترین، متقابل‌ترین و بلندمدت‌ترین روابط دشوار بود، و مردم باید تلاش زیادی می‌کردند تا ارزش عاطفی به جای ارزش ابزاری هدیه پولی خود را تأیید کنند - مگر در برخی مراسم‌های آیینی، مانند عروسی یا غسل تعمید، که هدیه پولی یک خویشاوند یا دوست صمیمی از نظر اجتماعی به عنوان یک هدیه مناسب از پیش تعریف شده بود. علاوه بر این، با اختراع گواهی‌های هدیه و سفارش‌های پول، هدایای پولی در روابط کمتر صمیمی یا برابر اما همچنان دوستانه افزایش یافت. در اینجا مشکل این بود که صمیمیت را نشان دهیم بدون اینکه هدیه بیش از حد صمیمی شود یا پول با یک پرداخت، یک حق، یا خیریه اشتباه گرفته شود.

در روابط غیرشخصی‌تر و نابرابر، هرچند گاهی دوستانه، بین کارفرما و کارمند یا مشتری و خدمتکار، هدیه دادن پول نوع متفاوتی از معضل ایجاد می‌کرد؛ این کار به پول خیریه‌ای نزدیک می‌شد، و بنابراین به جای پاداش دادن به گیرنده، او را تحقیر می‌کرد. در نتیجه، در حالی که مشکلات هدیه‌ای پولی بین افراد صمیمی با شخصی‌سازی پول حل می‌شد، ابهامات هدیه‌دادن در میان طرف‌های دورتر و نابرابر با استانداردسازی و روتین کردن انتقال مدیریت می‌شد - مانند تبدیل انعام به هزینه خدمات، از پاداش به حقوق. هدیه‌دادن حتی به طور رادیکال‌تر در روابط کاملاً غیرشخصی بین کسب‌وکار و مصرف‌کنندگان استاندارد شد، مانند کوپن‌ها و جوایز محبوبی که در اوایل قرن توسط تعداد فزاینده‌ای از شرکت‌ها برای تبلیغ محصولاتشان ارائه می‌شد.

طیف قابل توجه هدایای پولی، روایت‌های استاندارد درباره تأثیرات تجاری‌سازی و منطقی‌سازی بر زندگی اجتماعی را به چالش می‌کشد: انتظار می‌رفت که تبادل هدیه با توجه به رویکرد عقلانیت ابزاری دنیای مدرن برچیده شود - نه اینکه شکوفا شوند و متنوع شوند. البته، تحلیلگران و منتقدان اشتباه نکردند؛ ما همین حالا تجاری‌سازی عمیق اقتصاد هدیه را در حال مشاهده هستیم. در این شرایط کسب‌وکارها و تبلیغ‌کنندگانی هستند که با برای سودآوری خودشان تلاش کردند که پول به عنوان کالای قابل هدیه دادن پذیرفته شود. اما فرض متداول که پولی‌سازی معنا را از زندگی اجتماعی تخلیه می‌کند، روابط اجتماعی را خشک می‌کند، و تبادل‌های هدیه را باطل می‌کند، اشتباه بود. در واقع، آنچه مردم کردند این بود که مجموعه‌ای از اشکال مختلف پول را نشانه‌گذاری کردند تا بین طیف شگفت‌انگیزی از روابط اجتماعی معنادار تمایز قائل شوند.

آنچه جان دیویس تحت عنوان «هدیه‌دادن بازار» نامیده است - از جمله هدیه دادن پول - هنوز ادامه دارد. طبق یک مطالعه انجام‌شده توسط امریکن اکسپرس، بیش از ۵۴ میلیارد دلار سالانه توسط آمریکایی‌ها برای هدایای پولی، از جمله پول نقد، چک‌های شخصی و گواهی‌های هدیه، خرج می‌شود. کارت‌های پولی برای تقریباً هر مناسبتی، از جمله روز ولنتاین، در دسترس هستند. و گواهی‌های هدیه نه تنها توسط فروشگاه‌های بزرگ بلکه توسط انواع مختلفی از کسب‌وکارهای تخصصی از جمله رستوران‌ها، سالن‌های زیبایی و شرکت‌های تلفنی فروخته می‌شوند. در سال ۱۹۸۷، امریکن اکسپرس با موفقیت «چک هدیه» خود را، «در یک پاکت طلایی زیبا با یک کارت متمایز برای امضای هدیه‌دهنده»، به عنوان یک پول هدیه جدید «شخصی‌تر از یک چک شخصی» راه‌اندازی کرد. در تیفانی، سکه‌های هدیه ویژه «پول‌های تیفانی» از ۲۵ دلار تا ۱۰۰۰ دلار به عنوان هدایای کریسمس تبلیغ می‌شوند که مثل کالا قابل بازخرید هستند. در همین حال، گزارش شده حساب‌های کلوپ کریسمس، که چند سال پیش به نظر می‌رسید در حال از بین رفتن هستند، هنوز مورد استفاده قرار می‌گیرند.

مردم همچنان عمیقاً به تمایز پول هدیه خود از دیگر مبادله‌ها اهمیت می‌دهند. نسخه ۱۹۹۲ «آداب معاشرت» امیلی پست توصیه‌هایی از زمان و نحوه دادن هدایای پولی،

فرمول‌های خاص برای تأیید هدایای پولی، و حتی تکنیک‌هایی برای نمایش با سلیقه چک‌های هدیه عروسی ارائه می‌دهد. راهنمای پست دستورات عمل‌های دقیقی برای شخصی‌سازی پول ارائه می‌دهد: «وقتی هدیه مبلغی پول است»، پست توصیه می‌کند، گیرنده «باید مشخص کند که چگونه از آن استفاده خواهد شد. "چک شما برای ۵۰.۰۰ دلار به صندوق مبل ما می‌رود، و نمی‌توانیم به شما بگوییم که چقدر از دریافت آن خوشحال شدیم."» اگر زوج استفاده فوری برای پول نداشته باشند، همچنان باید به یک استفاده خاص اشاره کنند، «بگویید که این برای مبلمان آپارتمان شما، افزایش پس‌اندازهایتان، یا هر چیز دیگری بسیار مفید خواهد بود.» یا نگرانی مداوم درباره پنهان کردن «برچسب قیمت» هدایای پولی را در نظر بگیرید. نسخه‌های اولیه امیلی پست اعلام کرده بودند که نمایش چک‌ها به عنوان هدایای عروسی یا افشای مبالغ آن‌ها برخلاف سلیقه خوب است؛ اما تا دهه ۱۹۵۰ یک بخش جدید ویژه درباره «نمایش چک‌ها» نمایش چک‌های هدیه عروسی را تأیید کرد - به شرطی که مبالغ به‌طور استراتژیک پنهان شوند. دستورات عمل‌های دقیقی ارائه شد: چک‌ها باید روی یک سطح صاف به صورت یکی بالای دیگری قرار گیرند تا فقط امضاها مشخص شوند. مبلغ چک بالایی با یک نوار کاغذ مات پوشانده می‌شد و سپس یک ورق شیشه روی همه آن‌ها قرار می‌گرفت. راهنما توصیه می‌کرد که شیشه باید به اندازه کافی بزرگ باشد تا لبه‌ها را با هدایا بپوشاند و «از بلند کردن آن توسط یک فرد کنجکاو جلوگیری کند».

هدیه‌دادن پول، البته، حتی فراتر می‌رود؛ برای مثال، ما به سختی به دنیای غنی هدایای پولی، وام‌ها و دیگر انتقال‌ها در داخل خانواده‌ها پرداختیم. همچنین الگوهای سنی، نژادی و جنسیتی نشانه‌گذاری هدایای پولی را به‌طور کامل بررسی نکردیم. ما می‌دانیم که زنان هنوز مسئول انتخاب و خرید هدایای کریسمس و دیگر هدایا هستند، که همسران بیش از شوهرانشان سپرده‌های کلپ کریسمس را دنبال می‌کنند، اما باید الگوهای جنسیتی در دادن پول نقد، یا تقسیم کار ظاهری بین مدیریت مبالغ کوچک پول هدیه توسط زنان و مبالغ بزرگ‌تر توسط مردان را دقیق‌تر بررسی کنیم. علاوه بر این، ما به مشابهت‌ها با نشانه‌گذاری‌های پولی در حوزه‌های مجاور مانند دادن زمان در خدمات داوطلبانه و

نمایش‌های دوستی نگاه نکردیم. باز هم، شباهت‌های جذابی بین معضلات انتقال‌های هدیه برای خانوارها و برای دولت وجود دارد.

ما همچنین باید بپرسیم که هدیه‌دادن پول در جوامع دیگر چگونه عمل می‌کند. برای مثال، در ژاپن، جایی که طیف وسیعی از هدیه‌ها وجود دارد - از هدایای روز مادر و روز ولنتاین، تا هدایای زایمان، ورود به مدرسه، فارغ‌التحصیلی، تولدها، و همچنین هدایای ساختن خانه جدید، شروع یک کسب‌وکار جدید، اسباب‌کشی، یا سفر - دادن پول رایج است. هدایای پولی ژاپنی شامل «تبریک برای تحصیل» («نیوگاکو ایوای» - هدایایی برای خانواده کودکانی که مدرسه را شروع می‌کنند)، هدایای عروسی، عرضه‌های مراسم خاکسپاری، و «توشیداما»، هدایای پولی که توسط خویشاوندان در سال نو، معمولاً به کودکان، داده می‌شود. ژاپنی‌ها مراقبت زیادی در تمایز این پول‌های هدیه‌شده می‌کنند: آن‌ها فقط از اسکناس‌های نو استفاده می‌کنند (اگرچه برای مراسم خاکسپاری نه)، هدایای خود را در پاکت‌های پیچیده و معنادار طراحی‌شده که با نام گیرنده شخصی‌سازی شده‌اند، تقدیم می‌کنند، و از مبالغ خاصی که برای هدایا نامناسب تلقی می‌شوند اجتناب می‌کنند - برای مثال، عدد چهار، زیرا در ژاپنی این عدد بیش از حد شبیه کلمه «مرگ» به نظر می‌رسد. هدیه‌دادن پول در ژاپن آن‌قدر مؤثر است که ظاهراً به عنوان مدرک قانونی برای شناسایی رشوه‌ها عمل می‌کند: اگر پول بدون پاکت هدیه‌اش ارائه شود یا چروکیده، کثیف یا استفاده‌شده باشد، مبادله به احتمال زیاد یک رشوه است تا یک هدیه. در واقع، رشوه‌ها اغلب با قرار دادن اسکناس‌های تمیز در یک پاکت پول یا با استفاده از گواهی‌های هدیه بسته‌بندی‌شده مناسب که توسط فروشگاه‌های بزرگ فروخته می‌شوند، از هدیه متمایز می‌شوند.

همان‌طور که پول در اوایل قرن بیستم وارد جریان هدیه‌دادن شخصی در آمریکا شد، دیدیم که این امر تبادل‌های اجتماعی مردم را فاسد، سرکوب یا تضعیف نکرد. در عوض، پول‌های هدیه جدیدی برای نشانه‌گذاری روابط اجتماعی متعدد آن‌ها ایجاد شد. این نشانه‌گذاری پول‌ها در دیگر بخش‌های جامعه آمریکا نیز رخ داد، از تمایز پول‌ها در داخل خانوارها که قبلاً بحث کردیم تا دنیای بوروکراتیک‌تر و رسمی‌تر کسب‌وکارها و نهادهای عمومی. این

نهادهای شامل سازمان‌های خیریه متعددی هستند که در اعطای پول به فقرا نقش دارند. در کار آنها می‌توانیم تعامل مقامات دولتی، اقتصادهای خانگی و انتقال‌های هدیه را ببینیم. به همین دلیل، ما آنها را با جزئیات قابل‌توجهی بررسی خواهیم کرد.

فصل چهارم: پول فقرا

کتاب «راهنمای ایالات متحده برای مهاجر ایتالیایی» Guida degli Stati Uniti per L'Immigrante Italiano در سال ۱۹۱۰، که توسط انتشارات «دختران انقلاب» ایالت کانکتیکات منتشر شد و سال بعد به انگلیسی ترجمه شد، به مهاجران تازه‌وارد اطمینان داد که «ایالات متحده همیشه سرزمین مهاجران بوده است»، که توسط یک ایتالیایی کشف شده و به نام ایتالیایی دیگری نام‌گذاری شده است. سپس به آنها توصیه‌هایی درباره چگونگی موفقیت در آمریکا، یافتن کار، سفر کردن و شهروند شدن ارائه داد. از جمله، این راهنما همچنین نکات عملی‌ای درباره نحوه مدیریت «دلار» به مهاجران تازه‌وارد ارائه کرد. این فقط مسئله پذیرش یک پول متفاوت نبود؛ این آمریکایی‌های جدید باید رویکرد مدرن و منطقی به مدیریت پول را یاد می‌گرفتند. راهنما هشدار داد: «خطرناک است که پول را در جیب خود حمل کنید یا آن را در خانه بگذارید.» بخش‌های خاصی دستورالعمل‌های دقیقی درباره نحوه برخورد با بانک‌های پس‌انداز و راه‌های «ایمن» برای ارسال پول به خارج از کشور یا در داخل ایالات متحده ارائه می‌دادند.

بسیاری از مهاجرانی که به فقر دچار شدند، مجبور به بازسازی عمدی و سازمان‌یافته‌تر شیوه‌های مالی خود شدند. سازمان‌های خیریه، همان‌طور که بازدیدکنندگان یک انجمن برجسته امدادی نیویورک بیان کردند، معتقد بودند که ایتالیایی‌های فقیر «در استفاده از آنچه دارند نادان هستند»، و مصمم شدند به مشتریان خود بیاموزند که چگونه به درستی از پول استفاده کنند. مورد خانم سی را در نظر بگیرید، بیوه‌ای که مدت کوتاهی پس از

ازدواجش از ایتالیا به ایالات متحده آمده بود. وقتی شوهرش فوت کرد، پس‌انداز اندک آن‌ها بخاطر قبض‌های پزشکی و هزینه‌های خاکسپاری تمام شد. در اوایل دهه ۱۹۲۰، «انجمن خدمات خانواده کلمبوس» به خانم سی و شش فرزند خردسالش هفته‌ای ۱۰ دلار برای سفارش مواد غذایی داد که باید در یک فروشگاه مواد غذایی مشخص خرج می‌شد. برای آماده‌سازی او برای دریافت کمک‌هزینه نقدی، از خانم سی خواسته شد که گزارش کتبی از خریدهایش نگه دارد، فهرست‌های مواد غذایی را بررسی کند و مشخص کند که مواد غذایی اصلی را کجا می‌توان ارزان‌تر خرید. اما وقتی گزارش‌هایش را بررسی کردند دیدند که به جای بیست و پنج سنت گوجه‌فرنگی کنسروی، یک پوند گوجه‌فرنگی تازه خرج شده است - خانم سی اعتراف کرد که «اسراف» کرده و می‌توانست «گوجه‌فرنگی‌های به همان اندازه خوب را در فروشگاه دیگری با قیمت بیست سنت» بخرد - آژانس احساس کرد که او هنوز به آموزش و نظارت بیشتری نیاز دارد تا بتواند کمک‌هزینه نقدی دریافت کند. در چند ماه اول، یک بازرس هفته‌ای دو بار، معمولاً یک بعدازظهر کامل، با خانم سی ملاقات می‌کرد تا، درباره «تهیه غذا، خرید... و نظم» به نکاتی را آموزش دهد. او خانم سی را تا فروشگاه مواد غذایی همراهی می‌کرد و تلاش می‌کرد روش‌های «صرفه‌جویی‌ها را نشان دهد». در زمان گزارش، خانم سی «در ثبت هزینه‌ها بسیار دقیق شده بود... و پایه خوبی برای برنامه‌های بودجه بعدی ایجاد کرده بود.» حتی مغازه‌دار تشخیص داد که او حالا «یک خریدار بسیار دقیق و کارآمد» شده است. با این حال، کمک‌هزینه خانم سی متوقف شد.

کارشناسان رفاه آمریکایی به‌طور مداوم پول خیریه نقدی را به عنوان پولی ترسناک و چندوجهی دیده‌اند. کارشناسان اعلام کرده‌اند که در دستان فقرای ناتوان از نظر اخلاقی، پول می‌تواند به شکل خطرناکی از کمک تبدیل شود که به راحتی برای مقاصد غیراخلاقی هدر می‌رود. در واقع، برای بیشتر قرن نوزدهم و اوایل دهه ۱۹۰۰، آژانس‌های دولتی و همچنین خیریه‌های خصوصی مستقیماً اقتصاد خانگی فقرا را تنظیم می‌کردند، لباس، سوخت و غذا به نیازمندان اختصاص می‌دادند، اما به ندرت پول نقد در اختیارشان قرار می‌دادند. یا مانند مورد خانم سی، آژانس‌ها سفارش‌های مواد غذایی صادر می‌کردند که نه

تنها مشخص می‌کردند که گیرندگان چه کالاهایی می‌توانند بخرند، بلکه کجا باید آن‌ها را بخرند.

نگرانی درباره مضرات پول نقد با توجه به سه تمایز کلاسیک و مرتبط به کار خیر شکل گرفت. اولین تمایز، کمک عمومی در مقابل خصوصی بود - کمک‌هایی که توسط مقامات دولتی و عمومی ارائه می‌شد در مقابل کمک‌هایی که توسط افراد یا انجمن‌های خیریه داوطلبانه توزیع می‌شد؛ تمایز دوم مربوط به کمک خارجی در مقابل داخلی بود - حمایت از فقرا در خانه‌های خودشان یا نهادینه کردن آن‌ها در کارگاه‌های خیریه؛ و تمایز سوم، نقدی در مقابل غیرنقدی بود - کمک‌هایی که به شکل حمایت پولی ارائه می‌شد در مقابل کالاها و خدمات. بنابراین، اینکه چه زمانی، به چه روشی و چگونه مستقیماً از پول برای کمک استفاده شود، سؤالات اساسی درباره سازمان‌دهی کلی عمل خیریه مطرح می‌کرد. تعریف پول نقد به عنوان پول مضر، سازمان‌های خیریه را به سمت ترتیبات محدودتر در هر یک از این سه موضوع سوق می‌داد.

با این حال، در یک جامعه مصرفی مدرن، پول به درستی نظارت‌شده می‌توانست به عنوان وسیله آموزشی مهمی برای بازسازی فقرایی باشد که از نظر اخلاقی درست عمل می‌کردند اما از نظر آموزش‌ها ناکارآمد بودند. این کار به آن‌ها می‌آموخت که چگونه به درستی خرج کنند. تا سال ۱۸۹۹، یک کتاب راهنمای معتبر برای کارگران خیریه، ترجیح کمک غیرنقدی را یک «خرافه در امر خیر» منسوخ دانست و آن را رد کرد. حدود یک دهه بعد، فردریک آلمی، دبیر انجمن سازمان خیریه بوفالو و منتقد صریح کمک خارجی عمومی، اعلامیه شگفت‌انگیزی در مجله پراعتبار «سروی» ارائه کرد که کمک پولی اعطا شده توسط خیریه خصوصی «می‌تواند به اندازه خیرات نصیحت خوب، اثرات معنوی داشته باشد.» تا سال ۱۹۲۲، تجزیه و تحلیلی از روش‌های مورد استفاده برای توزیع کمک توسط هجده سازمان خیریه پیشرو به عنوان تاریخچه‌ای مهم از جنبش سازمان خیریه در سراسر کشور منتشر شد که، کمک‌هزینه نقدی را به عنوان روش ترجیحی به‌ویژه برای کمک‌های بلندمدت، توصیه می‌کرد. از سال ۱۹۱۱، جنبش بسیار بحث‌برانگیز اما فوق‌العاده موفق مستمری مادران، برای کمک به بیوه‌ها و فرزندان وابسته آن‌ها از پول نقد استفاده می‌کرد.

با بازتاب اشتیاق عمومی جدید برای تبدیل پول به یک هدیه آیینی یا احساسی، کارگران خیریه اعلام کردند که پول نقد حتی به عنوان هدیه کریسمس برای فقرا ترجیح داده می‌شود. به جای دادن لباس‌های کهنه یا غذا، اکنون از آژانس‌های خیریه خواسته می‌شد که «وجوهی برای خرید آن‌ها» بدهند. یا یک گواهی هدیه «سیگل کوپر کوی نیویورک» و «گواهی‌های شام کریسمس» خود را تبلیغ می‌کرد که توسط خریدار امضا می‌شد و به گیرنده تحویل داده می‌شد، گیرنده می‌توانست این گواهی را با یک سبد شام تعویض کند. تبلیغات میسی توضیح داد، به عنوان «هدایای خیریه»، اوراق کالا «به شما امکان می‌دهد از مضرات دادن پول نقدی اجتناب کنید.» با این حال، بهترین هدیه دادن پول مستمری بود. با جایگزینی کردن سبد شام کریسمس تحقیرآمیز به یک هدیه وزین‌تر مانند کمک‌هزینه سالانه، می‌توان به فقرا امنیت داشتن درآمد منظم به جای یک ضیافت یک‌روزه نمادین را داد.

چه چیزی پول مضر را تبدیل به کمک نقدی مشروع کرده بود؟ کارگران اجتماعی، در چند دهه اول قرن بیستم، که بسیار شبیه اقتصاددانان مصرف‌کننده به نظر می‌رسیدند، از آزادی اختیاری کمک‌هزینه نقدی به عنوان ابزاری آموزشی ضروری برای مقابله با بازار مدرن دفاع کردند، زیرا به خانواده اجازه می‌داد «پول را مدیریت کند، ارزش آن را بیاموزد، و قدرت خرید آن را درک کند.» اما وینسلو، دانشمند اقتصاد خانگی در انجمن سازمان خیریه نیویورک، توضیح داد: «اگر شخصی را از عمل خرج کردن محروم کنید، آن شخص را واقعاً فقیر می‌کنید.» برخلاف کمک غیرنقدی، جونا کولکورد، سرپرست انجمن سازمان خیریه نیویورک، ادعا کرد که پول نقد «استقلال و احترام به خود خانواده» را حفظ می‌کند. به همین ترتیب، بهتر از غذا یا دیگر اشکال سنتی «شادی کریسمس» غیرنقدی، پول کریسمس به خانواده‌های وابسته اجازه می‌داد «برنامه‌های خودشان را بسازند»، حتی اگر آنها می‌توانستند «شام احمقانه و بد برنامه‌ریزی شده‌ای» به دلخواه خود داشته باشند. البته، این باید نوع «درست» پول می‌بود. در حالی که خیرات احساسی گیرنده را تحقیر می‌کرد، پول‌هایی که به صورت منطقی بودجه‌بندی شده بودند، مصرف‌کنندگان شایسته‌ای را تربیت می‌کردند - یا دست‌کم، پزشکان چنین استدلال می‌کردند.

با این حال، با وجود این لفاظی‌ها، آزادی ادعاشده منتج از کمک‌های پولی یک توهم بود. کمک نقدی همچنان به‌عنوان نوع بسیار متفاوتی از پول نسبت به دستمزد تلقی می‌شد. به هر حال، فقرا مصرف‌کنندگان معمولی نبودند. همان‌طور که یکی از مقامات خیریه صراحتاً بیان کرد: «اگر این خانواده‌ها می‌توانستند امور خود را با موفقیت مدیریت کنند، در خانه ما را نمی‌زدند.» پس چگونه می‌شد به آن‌ها اعتماد کرد که پول خود را آزادانه اما نه به‌صورت احمقانه خرج کنند؟ حتی نظریه‌پردازان مصرف، در حالی که به‌شدت از آزادی مصرف حمایت می‌کردند، اذعان داشتند که انتخاب‌کنندگان آزاد کالا باید یاد بگیرند چگونه از «اشتباهات و هدررفت» اجتناب کنند؛ «خریدار موفق» متولد نمی‌شد، بلکه باید «هنر خرج کردن» را آموزش ببیند.

اگر مصرف‌کنندگان شایسته به آموزش در انتخاب‌های «عاقلانه» نیاز داشتند، پس مطمئناً گیرندگان کمک به راهنمایی تخصصی کارشناسان اجتماعی نیاز داشتند تا «نقص‌های مخارج» خود را اصلاح کنند. در واقع، بعد از شناخت مضرات «مدیریت ناکارآمد»، آرتور سی. پیگو، در بیانیه کلاسیک خود درباره اقتصاد رفاه که در سال ۱۹۲۰ منتشر شد، هنگامی که انتقال‌ها به فقرا «به شکل قدرت خرید» انجام می‌شد، خواستار «درجه‌ای از نظارت» شد. پزشکان رفاه آمریکایی موافق بودند. همان‌طور که دبیر کل دفتر خیریه بروکلین توضیح داد، لازم بود که «مشاوره، آموزش و کمک‌های دیگر همراه با وجوهی باشد که از طریق کار خود خانواده به آن‌ها نمی‌رسد.» تنها یک «کمک‌هزینه نقدی با نظارت دقیق»، همان‌طور که کولکورد اشاره کرد، می‌توانست اطمینان دهد که «پول واقعاً برای مقاصد طراحی‌شده خرج خواهد شد.» مدیران مستمری‌های عمومی مادران نیز به همان اندازه متقاعد شده بودند که نظارت دقیق بر خانواده‌های مستمری‌بگیر لازم است «تا پول عمومی اعطا شده... برای هدفی که برای آن تخصیص داده شده است، استفاده شود.» همان‌طور که در یک سخنرانی در جلسات سال ۱۹۰۱ کنفرانس ملی خیریه‌ها و اصلاح پیشنهاد شد، روش این بود که پول را «معادلی از مواد غذایی در نظر گرفته و پرداخت کنیم».

کارشناسان اجتماعی چگونه این نوع جدید خیرات «ایمن» را برای مشتریان خود ایجاد کردند؟ چگونه تفاوت‌ها بین مستمری‌ها یا کمک‌هزینه‌های مدرن «سازنده» و هدایای پولی

قدیمی، خیرات و کمک‌های فاسدکننده را نشانه‌گذاری کردند؟ و چگونه کمک نقدی از دستمزد کسب‌شده متمایز شد؟ برخلاف «اهلی‌سازی اجتماعی» پول خانوادگی و شخصی‌سازی پول هدیه، نشانه‌گذاری پول به‌عنوان کمک به‌صورت بوروکراتیک تجویز و رسماً اعمال شد. سازمان‌های خیریه، با همکاری اقتصاددانان خانگی، انواع استراتژی‌های رسمی و غیررسمی را طراحی کردند تا سیستم‌های نشانه‌گذاری فقرا را با «هدایت خرج کردن پول خانواده‌های تحت مراقبتشان» بازسازی کنند. در این فرآیند، اگرچه کارشناسان اجتماعی بر اثرات آزادکننده کمک نقدی تأکید داشتند، اما نظارت بر این کمک‌ها را تشدید کردند. کارشناسان رفاه، اصلاح بودجه‌های خانوادگی را با همان اشتیاقی که قبلاً برای ارتقای اخلاق خانوادگی صرف می‌کردند، به عهده گرفتند. کارشناسان اجتماعی با دفترچه‌های بودجه و دفاتر حسابداری آماده، به خانه‌های فقرا سر می‌زدند و به آن‌ها نشان می‌دادند چه چیزی بخرند و از کجا.

چه اتفاقی می‌افتد وقتی مقامات در فرآیند نشانه‌گذاری مداخله می‌کنند؟ ما دیدیم که چگونه، با ورود روزافزون پول به مبادله‌های خانگی و هدیه، مردم پول‌های جدیدی برای گردش در داخل خانواده یا برای دادن به‌عنوان هدیه ایجاد کردند. این جهان‌های اقتصادی شخصی‌شده با استفاده از پول همگن نشدند، زیرا مردم راه‌های جدیدی برای نشانه‌گذاری پول‌های غیررسمی خود اختراع کردند. با این حال، وقتی نوبت به فقرا می‌رسید، مقامات خیریه به روش‌های نشانه‌گذاری آن‌ها اعتماد نداشتند؛ بنابراین، آن‌ها تصمیم گرفتند اقتصادهای خانگی خانواده‌های وابسته را بازسازی کنند. در این فرآیند، آن‌ها پول‌های جدیدی طراحی کردند که نه تنها به فقرا قدرت خرید می‌داد، بلکه درس‌هایی در خرج کردن نیز ارائه می‌کرد.

به طور پارادوکسیکال، درست در حالی که دولت آمریکا در تلاش بود تا یک پول قانونی واحد، عمومی و آزادانه در گردش را اعمال کند، خیریه‌های عمومی و خصوصی به طور یکسان چندین پول جایگزین برای فقرا اختراع کردند، یا با تولید پول‌های متمایز مادی، مانند سفارش‌های مواد غذایی یا تمبرهای غذایی، یا با محدود کردن شدید استفاده از پول معمولی. همان‌طور که خواهیم دید، گاهی اوقات مرز بین کمک نقدی و دیگر پول‌ها مبهم

می‌شد، زیرا بازدیدکنندگان از فقرا احساس می‌کردند حق دارند حتی پول خود وابستگان را برای هزینه‌های «مناسب» نشانه‌گذاری کنند.

سه فصل بعدی ایدئولوژی‌ها و استراتژی‌های نشانه‌گذاری مقامات رفاهی را به طور عمیق بررسی خواهد کرد. اما ابتدا، چرا کارشناسان خیریه قرن نوزدهم این قدر درباره پول‌های فقرا نگران بودند؟ این فصل به دلایل آن‌ها برای دیدن پول به عنوان یک شکل خطرناک از کمک می‌پردازد و سپس تکنیک‌های مقامات برای دور نگه داشتن پول، تا حد ممکن، از دستان فقرا را بررسی می‌کند. فصل پنجم به نشانه‌گذاری کمک نقدی جدید خیریه می‌پردازد. مقامات رفاه اجتماعی چگونه پول آموزشی خود را ایجاد کردند؟ و چقدر موفق بودند؟ آیا نشانه‌گذاری‌های رسمی می‌توانستند تنوع پول‌های فقرا را از بین ببرند؟ فصل ششم نشان خواهد داد که گیرندگان کمک با این حال سیستم‌های نشانه‌گذاری خود را حفظ کردند. آنچه اهداکنندگان به عنوان انتخاب‌های اقتصادی ناکارآمد، احمقانه یا غیراخلاقی رد می‌کردند، اغلب توسط مجموعه‌ای رقابتی از تمایزات پولی شکل می‌گرفت. گاهی اوقات نوعی رقابت بین سیستم‌های نشانه‌گذاری رسمی و خصوصی رخ می‌داد، زیرا مردم استراتژی‌هایی برای دور زدن محدودیت‌های بوروکراتیک برای استفاده از پول خود پیدا می‌کردند، اغلب به روش‌هایی خرج می‌کردند که ناظران طبقه متوسط را متحیر یا خشمگین می‌کرد.

البته، شیوه‌ها و ایدئولوژی‌های خیریه آمریکایی از مکانی به مکان دیگر و از زمانی به زمان دیگر به طور قابل توجهی متفاوت بود. به طور خاص‌تر، اکثر آژانس‌های خصوصی یا عمومی، پس از قرن هجدهم، به یک روش واحد برای ارائه کمک به فقرا پایبند نبودند، بلکه در واقع اغلب کمک‌های غیرنقدی و نقدی را با هم ترکیب می‌کردند. با این حال، نگاهی دقیق به سوابق تغییرات و الگوهای ملی قابل تشخیص، ایده‌ها و شیوه‌های توزیع کمک را نشان می‌دهد. در واقع، همان‌طور که مایکل کاتز در تحلیل خود از کمک به فقرا در قرن نوزدهم اشاره کرده است، یکی از «تم‌های بزرگ تجربه اجتماعی آمریکا» دقیقاً «پیوستگی در الگوهای نهادی در سراسر یک ملت گسترده، غیرمتمرکز و متنوع» است. کاتز به ما می‌گوید: «در سراسر کشور، آن آمریکایی‌های قرن نوزدهمی که سیاست اجتماعی را کنترل می‌کردند،

انتخاب‌های مشابهی درباره کمک به فقرا انجام دادند.» مورخان بر بحث‌های سیاستی درباره اینکه کجا باید کمک داده شود تمرکز کرده‌اند - برای مثال، اشتیاق قرن نوزدهم به آموزش دادن فقرا و مبارزه مداوم علیه حمایت مالی از فقرا، باعث شد که رد کمک هایشان را در خانه‌هایشان به دقت بگیرند. ما هنوز اطلاعات کمی درباره روش‌های در حال تغییر برای توزیع کمک خارجی داریم. برای درک اینکه چه زمانی و چرا تمایل آمریکایی‌ها بین کمک غیرنقدی، سفارش‌های مواد غذایی یا پول نقد تغییر می‌کرد، روایت زیر ارائه می‌شود. این روایت تلاشی برای مستندسازی تنوع‌های محلی و ایالتی نیست، بلکه بیشتر بر تغییرات در شیوه‌ها و ایدئولوژی‌ها تمرکز خواهد کرد.

پول نقد مضر

انجمن‌های خیریه بوستون، که در سال ۱۸۳۴ برای رسیدگی به نگرانی‌های رو به رشد شهر درباره فقرای خود سازمان‌دهی شدند، در اولین گزارش سالانه خود مشخص کردند که کمک «نباید به صورت پول، بلکه به صورت ضروریات مورد نیاز در هر فرد یا خانواده» باشد. نه سال بعد، در اولین بیانیه خود، *انجمن نیویورک برای بهبود وضعیت فقرا* (AICP) نیز کمک را به رساندن «اقلام ضروری» به فقرا محدود کرد. کمک‌کنندگان به فقرا اجازه نداشتند به آنها پول بدهند، مگر زمانی که توسط کمیته مشورتی انجمن آن پول برای مورد خاص مجاز شمرده شود.

برخی گزارش‌ها نشان می‌دهند که در اوایل قرن نوزدهم کمک نقدی کمتر نگران‌کننده بود. برای مثال، تا دهه ۱۸۳۰، نیویورک، بالتیمور و بوستون ظاهراً به مستمری‌بگیران خود با پول کمک می‌کردند. اگر مورد فیلادلفیا را دقیق‌تر بررسی کنید. از اوایل دهه ۱۷۶۰ برخی مخالفت‌ها با کمک نقدی وجود داشت، اما با این حال کمک نقدی مهم‌ترین نوع کمک عمومی و همچنین خصوصی در اوایل دهه ۱۸۰۰ بوده است. به طور عجیبی، گاهی اوقات نگهبانان فقرا تشویق می‌شدند که فقط پول (یا چوب) به جای مواد غذایی بدهند.

اما در سال ۱۸۲۸، قانون جدید فقرای شهر عملاً کمک نقدی را لغو کرد. و پس از افتتاح یک کارگاه جدید در سال ۱۸۳۵، کمک نقدی عمومی طبق قانون ایالتی غیرقانونی شد؛ کمک باید «کاملاً به سوخت، مواد غذایی، لباس، دارو و مراقبت پزشکی» محدود می‌شد. در دهه ۱۸۴۰ مقداری کمک نقدی دوباره عادی شد، اما نتیجه‌اش در زندگی فقرا کم بود. در همین حال، خیریه‌های خصوصی نیز روز به روز به کمک غیرنقدی روی آوردند و غذا، لباس یا تجهیزات پزشکی را به جای پول نقد توزیع کردند. در واقع، از بسیاری از خیریه‌های جدیدی که بین سال‌های ۱۸۴۰ و ۱۸۴۵ در فیلادلفیا سازمان‌دهی شدند، هیچ‌کدام پول نقد توزیع نکردند.

این خیریه‌های خصوصی، که در شهرهای سراسر کشور سازمان‌دهی شدند، رویکرد به فقر را در اوایل قرن نوزدهم بازتعریف کردند و بسیاری از نگرانی‌ها، سیاست‌ها و ساختار سازمانی جنبش تأثیرگذار سازمان خیریه دهه ۱۸۷۰ را پیش‌بینی کردند. موضوع این بود که اعتقاد رو به رشدی وجود داشت که خیرات بی‌حساب و کتاب، کرامت اخلاقی فقرا را ضعیف می‌کند و طبقه‌ای از فقرای تنبل، وابسته و کلاهبردار ایجاد می‌کند. بنابراین، کمک باید نه تنها مقتصدانه، بلکه با دقت هدف‌گذاری می‌شد. انجمن‌های AICP سیستمی از خیرین داوطلب را سازمان‌دهی کردند که به خانه‌های فقرا می‌رفتند و همه درخواست‌های کمک را به دقت بررسی می‌کردند. اما وظیفه اصلی آن‌ها توزیع کمک مادی نبود، بلکه ارائه نصیحت اخلاقی بود. کمک، حتی زمانی که پس از بازرسی مناسب از گیرندگان تعیین می‌شد، فقط می‌توانست یک عنصر موقت در فرآیند بازسازی اخلاقی و استقلال اقتصادی باشد. بنابراین، بهتر بود غذا، لباس یا سوخت که «کم‌تر قابل سوءاستفاده است» - ، بغیر از پول - داده شود.

و با این حال، با وجود چنین احتیاطی درباره کمک مادی، تا دهه ۱۸۷۰ خیریه‌های اولیه عمدتاً به آژانس‌های توزیع کمک تبدیل شده بودند. برای سازمان‌دهندگان جنبش «خیریه علمی» که در دهه ۱۸۷۰ شروع به بازسازی کمک به فقرا کرد، انجمن‌های AICP از مأموریت اولیه خود برای بازسازی اخلاقی فقرا دست کشیده بودند. منتقدان استدلال کردند که کمک نقدی خیرین به شکل غیرمسئولانه رواج یافته است. برای مثال، پس از سال ۱۸۵۵، خیرین

از AICP نیویورک می‌توانستند بدون تأیید کمیته مشورتی خود کمک نقدی توزیع کنند و ظاهراً این کار را روز به روز بیشتر انجام می‌دادند.

انجمن‌های خیریه دهه ۱۸۷۰ را نه به عنوان انجمن‌های کمک‌رسانی بلکه به‌عنوان آژانس‌های هماهنگ‌کننده و تحقیقاتی سازمان‌دهی کردند. «خیرین مبرز» آن‌ها در مهارت‌های بازسازی اخلاقی آموزش دیدند؛ به آن‌ها نشان داده شد که چگونه به جای کمک مستقیم «علل مشکلات را بررسی کنند و با هدایت دوستانه و همدردی به دنبال رفع آن‌ها باشند». عرضه «کمک‌ها» فقط مأموریت آن‌ها را خراب می‌کرد. اگرچه در عمل واقعی، انجمن‌های سازمان خیریه به زودی نقش صرفاً مشورتی خود را با ارائه مبالغ ناچیز نقدی گاه به گاه به فقرا به خطر انداختند، اما کتاب‌های راهنمای آموزشی آن‌ها صراحتاً خیرین را از «دادن خیرات با انگیزه خودشان» منع می‌کردند. با این حال، آن‌ها می‌توانستند خانواده‌های فقیر را به آژانس‌های کمک‌رسانی مناسب ارجاع دهند.

جنبش سازمان خیریه عمیقاً به کمک نقدی مشکوک بود، بنابراین محدودیت‌های شدیدی در تخصیص کمک از مجرای خصوصی اعمال کرد، در حالی که همچنین بی‌وقفه - و کاملاً موفقیت‌آمیز - علیه کمک خارجی عمومی مقابله کرد. البته، سیاست‌های کمک در قرن نوزدهم فراتر از رهبران خیریه‌ها رفت؛ برای مثال، سیاست‌های کمک برای سیاستمداران محلی که به دنبال ساختن پایگاه رأی‌دهندگان خود بودند، اهمیت داشت. یا برخی تاجران خیر، بازرگانان محلی‌ای بودند که با تأمین کارگاه‌های فقرا یا پر کردن سفارش‌های مواد غذایی برای آژانس‌های عمومی یا خیریه‌های خصوصی پول درمی‌آوردند.

اما کارمندان خیریه‌ها نقش پیشرو در بازسازی انواع کمک اواخر قرن نوزدهم داشتند. بار دیگر، کمک‌های پولی به‌عنوان کمکی مشکوک مورد توجه قرار گرفتند. برای مثال، وقتی کمیسیون خیریه‌ها و اصلاحات در دسامبر ۱۸۷۵ کمک نقدی را در شهر نیویورک لغو کرد، آن‌ها در بیانیه‌ای خواستار اهدای «ضروریات زندگی» به جای پول (یا سفارش‌ها در فروشگاه‌های مواد غذایی) به فقرا شدند. آن سال، ۱۴,۲۸۷ خانواده کمی کمتر از ۵۰,۰۰۰ دلار کمک پولی دریافت کرده بودند. یک سال بعد، فقط زغال‌سنگ توزیع شد.

تا اواخر قرن نوزدهم، کمک نقدی عمومی در هر جای کشور نادر بود. برای مثال، تا سال ۱۸۶۰، فقرای فیلادلفیا فقط کمک عمومی غیرنقدی دریافت می‌کردند. بیانیه‌ای درباره توزیع کمک خارجی در شصت و چهار شهر بزرگ ایالات متحده برای سال ۱۸۹۷ نشان می‌دهد که فقط چهارده شهر کمک‌هزینه نقدی ارائه می‌دادند، آن هم در مقادیر ناچیز. در همان سال، بررسی قوانین فقرا در آمریکا خاطرنشان کرد که دادن کمک غیرنقدی به یک قانون ملی نانوشته تبدیل شده بود. برخی پیشنهاد کردند که کمک نقدی غیرقانونی شود. برای مثال، مطالعه‌ای درباره کمک خارجی در اوهایو نتیجه گرفت که تنها امید برای اصلاح سیستم، اصلاح قانون قدیمی و ممنوعیت کمک نقدی است. مینه‌سوتا این کار را در سال ۱۸۹۳ انجام داد. اصلاحیه قوانین عمومی سال ۱۸۷۸ درباره مراقبت از فقرا اکنون بیان می‌کرد که «در هیچ موردی نباید پولی به هیچ فرد فقیری پرداخت شود».

چرا موسسات خیریه از اهدای پول نقد نگران می‌شدند اما کمک لباس یا غذا یا سوخت به ندرت این نگرانی را با خود داشت؟ بدون شک، ناراحتی از پول نقد تا حدی نتیجه افزایش سریع تعداد فقرا در شهرهای آمریکایی در اوایل قرن نوزدهم بود. با این حال، این فقط مسئله هزینه بیشتر برای تسکین فقر نبود، بلکه ناشناس بودن روزافزون فقرای شهری نیز بود. بدتر از آن، در مورد مهاجران، بیگانگی آن‌ها و شهرت آن‌ها به بی‌اعتدالی بود. کارمندان خیریه چگونه می‌توانستند بدانند وجوه کمک چگونه خرج می‌شود؛ به طور خاص، چگونه می‌توانستند مانع از آن شوند که گیرندگان، پول خود را صرف نوشیدن یا قمار کنند؟

تعاریف جدید پول نگرانی درباره ناکارآمدی اخلاقی فقرا را تشدید کرد. در جوامع روستایی آمریکا، پول قانونی همراه با دیگر پول‌های شخصی‌شده و همچنین محصولات غیرنقدی به‌عنوان پرداخت‌های قابل قبول در گردش بود. همان‌طور که یک مورخ پیشنهاد می‌کند، پول نقد به نظر می‌رسید «صرفاً یک نوع محصول» باشد، با «کیفیت‌ها و کاربردهای خاص تعریف‌شده خودش». ظاهراً در دهه ۱۷۹۰ در شهرستان اولستر ضرب‌المثلی وجود داشت که تاجران «گندم، چاودار، ذرت هندی، و همچنین پول نقد، یا هر چیز خوبی که برای خوردن باشد» را به‌عنوان پرداخت قانونی می‌پذیرفتند. همین ممکن است در مورد کمک

صادق باشد، که حداقل تا حدی توضیح می‌دهد چرا جوامع اواخر قرن هجدهم تمایز کمتری بین کمک نقدی و غیرنقدی به فقرا قائل می‌شدند.

با افزایش تعداد کارگرانی که به دستمزدهای نقدی وابسته شدند، و با تبدیل شدن مداوم دستمزدهای نقدی به پرداخت‌هایی مابه ازای زمان و تلاش صرف‌شده به جای وظایف انجام‌شده، تمایز بین پرداخت برای خدمات و پول‌های به‌دست‌نیامده ضروری شد. با بازتاب اصل «کم‌تر واجد شرایط بودن» قانون فقرای انگلیسی سال ۱۸۳۴ - که زندگی با کمک باید کم‌تر از حداقل دستمزد کار مطلوب باقی بماند - کارمندان خیریه نگران بودند که فقرا درآمد خیریه را به دستمزدهای بازار ترجیح دهند. همان‌طور که ژوزفین لاول، سخنگوی برجسته جنبش خیریه علمی، هشدار داد: «هیچ مردی نمی‌تواند به‌عنوان هدیه آنچه را که باید با کار خود به دست آورد دریافت کند، بدون اینکه از نظر اخلاقی تنزل یابد».

اما در حالی که دولت قرن نوزدهم سخت تلاش می‌کرد تا یک قاعده مبادله واحد، ناشناس و قابل تعویض را اعمال کند، چه چیزی دلار به‌دست‌آمده را از دلار کمکی متمایز می‌کرد؟ پیش‌بینی می‌شد که فقرای مشکوک از نظر اخلاقی به سرعت کمک را به‌عنوان درآمد قانونی خود تلقی کنند. همان‌طور که یک سخنران در کنفرانس ملی خیریه‌ها و اصلاح سال ۱۸۹۰ اذعان داشت: «وقتی به یاد می‌آوریم که برای کسب یک دلار چقدر کار سخت لازم است... و سپس به روش بی‌پروایی فکر کنیم که با یک درخواست ساده یک دلار اینجا، آنجا و همه‌جا داده می‌شود، آیا تعجب دارد که بسیاری در برابر وسوسه درخواست کردن (گدایی) تسلیم می‌شوند»؟

پول نقد مدرن چالش جدی دومی را برای کارگران خیریه اصلاح‌طلب ایجاد کرد. چگونه یک پول اخلاقاً خنثی زندگی اخلاقی گیرندگان را بازسازی می‌کرد؟ چه چیزی می‌توانست تضمین کند که وقتی پول خیریه در جیب فقرا قرار گرفت، به ارزی فاسد تبدیل نشود که برای مقاصد غیراخلاقی، احمقانه یا خطرناک خرج شود؟ مخالفان کمک نقدی اعلام کردند که «ناامن، اسراف‌آمیز و غیرعقلانه است که به [ضعیفان، تنبل‌ها و کلاهبرداران] برای خرج پول توسط خودشان اعتماد کنیم.» ایمن‌تر بود که آن‌ها را از پول نقد دور نگه داریم. در واقع، مطالعه‌ای

درباره کمک بیکاری اشاره می‌کند که در دوره رکود ۱۸۹۳-۹۷، آژانس‌های اجتماعی خصوصی لباس، سوخت و غذا را بیشتر از پول نقد توزیع می‌کردند، «زیرا ترس از این بود که پول ممکن است به اشتباه خرج شود».

بی‌اعتمادی به انتخاب‌های اقتصادی فقرا عمیق بود. در واقع، فقر آن‌ها اغلب نتیجه اسراف یا بی‌احتیاطی مالی فرض می‌شد. کشیش اس. هامفریز گرتین در کتاب *راهنمای سازمان خیریه* - متن کلیدی درباره اصول و شیوه‌های سازمان خیریه - ادعا کرد که اگر فقرا نسبت به «مدیریت اقتصادی و مقتصدانه درآمدهای هفتگی خود» ناتوان نبودند، نیاز کمی به خیرات وجود می‌داشت. کتاب راهنمای بازدیدکنندگان دوستانه، که توسط انجمن سازمان خیریه نیویورک در سال ۱۸۸۳ تدوین شد، توضیح داد که «فقرا... هرگز قدرت چیزهای کوچک را یاد نگرفته‌اند. عادت به توجه به نحوه مصرف پول‌های اندک و پس‌انداز برای روز مبادا، عموماً در آن‌ها وجود ندارد».

اگر فقرای «شایسته» از نظر مالی ناکارآمد بودند، برخی فقرا از نظر مالی فاسد بودند و مطمئناً هر کمک نقدی را صرف «شورش و مستی» می‌کردند. برای مثال، ناظران استونتون، ویرجینیا، در سال ۱۸۴۴ اظهار کرده بودند که «برای محافظت در برابر بی‌احتیاطی فقرا به ندرت پول توزیع می‌کردند.» در طول بیشتر قرن نوزدهم، به‌ویژه «پول مشروب» مشکوک بود. به نظر می‌رسید مردان فقیر نمی‌توانند از جذابیت میخانه‌ها پرهیز کنند و پول‌های اهدا شده را «در موارد تلخ و تحقیرشده از نظر خیرین» خرج می‌کردند. نویسندگانی در «بررسی خیریه‌ها» به‌طور خاص به داستان هدیه ۱۰۰,۰۰۰ فرانکی - در سکه‌های علامت‌گذاری‌شده - اشاره کرد که توسط تزار روسیه در بازدید اخیر به فقرای پاریس داده شده بود. یک هفته بعد، ظاهراً بیشتر سکه‌ها در میخانه‌ها و مغازه‌های شراب پیدا شدند.

مهار پول

بنابراین، چالش کلیدی برای کارمندان خیریه تنظیم اقتصاد فقرا بود. از آنجا که نمی‌شد به گیرندگان کمک اعتماد کرد که پول را عاقلانه یا اخلاقی خرج کنند، مقامات خیریه مخارج آن‌ها را هدایت می‌کردند یا، بهتر از آن، خودشان تصمیم می‌گرفتند که فقرا به چه چیزی نیاز دارند. آن‌ها این کار را به دو روش انجام دادند: اول، با ارائه کمک غیرنقدی یا ایجاد پول‌های محدود، مانند سفارش‌های غذایی؛ و دوم، با مداخله مستقیم در مخارج خود خانواده‌ها. با انجام انتقال‌های غیرنقدی یا محدود، سازمان‌دهندگان خیریه به‌طور مؤثری خطرات خرج کردن ناکارآمد را خنثی کردند. تا زمانی که هیچ پول قانونی در دستان فقرا قرار نمی‌گرفت، دنیای اقتصادی آن‌ها محافظت می‌شد. اما نگرانی از خطرات اخلاقی خرج کردن حتی فراتر رفت، به حدی که کارگران خیریه احساس کردند حق دارند پولی را که به‌طور قانونی متعلق به فقرا بود، تصاحب کنند. با اعتقاد به ناتوانی خانواده‌های فقیر در مدیریت صحیح «درآمد خود»، خیرین ممتاز و کارمندان خیریه‌ها راه‌هایی برای رهگیری بخشی از درآمدهایشان، پس‌انداز پول برای آن‌ها و حتی گاهی خرج کردن آن پیدا کردند.

تکنیک اول کارمندان خیریه حذف پول نقدی بود. البته، مطمئن‌ترین راه برای نظارت بر عملکرد اقتصادی فقرا، نهادینه کردن کمک‌ها بود. در واقع، از دهه ۱۸۲۰، به کار گرفتن و اشتغال برای فقرا به روش ترجیحی کمک به فقرا تبدیل شده بود. اما کمک خارجی، چه عمومی و چه خصوصی، ادامه یافت. بنابراین، نحوه توزیع کمک به خانواده‌های فقیر همچنان موضوعی نگران‌کننده بود. به جز نهادینه‌سازی، کمک کاری یک استراتژی ایدئولوژیک راحت بود که فقرا را مجبور می‌کرد با کار خودشان کمک عمومی یا خصوصی را به دست آورند. با این حال، با وجود تلاش‌های مکرر، پروژه‌های اشتغال‌زایی فقرا در حد تلاش‌های ناکارآمد و نمادین برای جایگزینی خیریه با کار ماند.

یکی از مشکلات دیگر مسئله دستمزدها بود: اگر «کار خیریه» «کار واقعی» نبود، به سختی می‌توانست با «دستمزدهای واقعی» جبران شود. در نتیجه، دستمزدهای کمک کاری جنجال زیادی ایجاد کرد؛ از یک سو، مقامات می‌ترسیدند که پرداخت کم به کارگران، متقاضیان بالقوه را دلسرد کند، اما از سوی دیگر، معادل کردن پرداخت‌های کمک با دستمزدهای بازار خطر تضعیف جدی مرز بین کار و کمک را به همراه داشت. در برخی موارد، با نشان دادن

مشخص تفاوت بین دستمزدهای معمولی و پرداخت‌های خیریه‌ای، توجه به اشتغال‌زایی یا کمک غیرنقدی به جای پول نقد مشکل را حل می‌کرد. برای مثال انجمن سازمان خیریه نیویورک در گزارش سالانه خود برای سال ۱۸۹۵ توضیح داد که برای هر زن غیرماهر که در اتاق‌های کار آن‌ها استخدام شده بود، «چهل سنت برای مواد غذایی یا لباس» پرداخت می‌شد و... «یک شام گرم به ارزش ۱۰ سنت» به او داده می‌شد، اما برای جلوگیری از «تشویق زنان به چشم‌پوشی از کار منظمی که ممکن است در جای دیگر به آن‌ها پیشنهاد شود»، انجمن سازمان خیریه (COS) هیچ پرداخت نقدی انجام نداد.

به طور کلی‌تر، با دادن کمک عمومی یا خصوصی به صورت غیرنقدی به جای پول، کارکنان خیریه نه تنها می‌توانستند تمایز روشنی بین دستمزدهای به‌دست‌آمده و مزایای کمکی ایجاد کنند، بلکه زندگی مادی و اخلاقی فقرا را به طور مؤثرتری شکل می‌دادند و بین «ضروریات» مناسب زندگی و کالاهای فاسد تمیز قائل می‌شدند. غذا، لباس یا سوخت به طور مستقیم توزیع می‌شد؛ یا فقرا کوپن‌های مواد غذایی دریافت می‌کردند که مانند یک پول محدود شده عمل می‌کرد و خریدهای فقرا را به کالاهای خاص، گاهی در مقادیر مشخص، اغلب فقط در فروشگاه‌های تعیین‌شده محدود می‌کرد. معامله بین مغازه‌دار و گیرنده باید به دقت نظارت می‌شد؛ برای مثال، قانون اصلاح‌شده فقرای مینه‌سوتا در سال ۱۸۹۳ توصیه کرد که برای پرداخت کمک‌ها از طرف ذیحسابی هر بخش می‌بایست «صورت‌حساب کاملاً جزئی از کالاها... همراه با تأییدیه‌ای از شخص دریافت‌کننده» ارائه شود. در واقع، کارشناسان خیریه آن‌قدر نگران این موضوع بودند که دسته‌بندی‌های مختلفی از سفارش‌های غذایی ایجاد کردند که تحت درجات مختلف کنترل قرار داشتند. در برخی موارد، فهرست مواد غذایی توسط سازمان خیریه یا آژانس عمومی تعیین می‌شد، اگرچه در موارد دیگر به گیرنده اجازه داده می‌شد که کالاها را، به تنهایی یا با مشورت با یک بازدیدکننده، انتخاب کند.

با این حال، انتقال‌های غیرنقدی یا محدود نه تنها به نظارت اداری، بلکه به دستورالعمل‌های اخلاقی نیاز داشت. اگر برخلاف پول، کالاها می‌توانند پیام اخلاقی را منتقل کنند، لازم بود که با دقت انتخاب شود که چه چیزی در سبد اهدایی قرار گیرد.

معضلی را که بازدیدکنندگان دوستانه با آن مواجه بودند در نظر بگیرید: هر کتاب راهنما به شدت به آن‌ها هشدار می‌داد که هیچ نوع کمک مادی ارائه ندهند، با این حال هدایا به فقرا قابل قبول بود، حتی به‌عنوان بخشی از فرآیند ارتقای اخلاقی تشویق می‌شد. اما چه چیزی یک کالای مادی معمولی را به یک هدیه مناسب تبدیل می‌کرد؟ انجمن سازمان خیریه نیویورک به خیرین خود پیشنهاد می‌کرد هدیه‌هایی را انتخاب کنند که « که نمی‌توانند فقیر کنند، بلکه برعکس، به ارتقا و پالایش سلیقه‌ها کمک می‌کنند»، مانند یک گل یا یک کتاب. نویسنده‌ای در «بررسی خیریه‌ها» اذعان کرد که گاهی اوقات «بسیار گیج‌کننده» بود که «تصمیم بگیریم دقیقاً چه چیزی کمک مادی را تشکیل می‌دهد - چرا یک جفت کفش مستعمل ممکن است خیرات محسوب شود و یک بوقلمون روز شکرگزاری خیرات نباشد».

زمینه اجتماعی تبادل تفاوت را ایجاد می‌کرد، زیرا اشکال مختلف اعطا معانی متفاوتی از روابط اجتماعی بین اهداکننده و گیرنده را نشان می‌داد. اگر کالاها به فقرا «مانند هدیه دادن به دوستی که به همان اندازه خوشبخت است» داده می‌شد، اگر کالاها با «احساس» اهداکننده شکل می‌گرفت، آنگاه خیرات به هدیه تبدیل می‌شد. برای مثال، بوقلمون روز شکرگزاری را در نظر بگیرید: اگر خیر «نه تنها خودش شام را بیاورد... بلکه بماند تا بوقلمون را بپزد»، و بهتر از آن، برای شام بماند، آنگاه مطمئناً هدیه «خارج از محدوده خیرات» قرار می‌گرفت. اما این کیمیاگری کار نمی‌کرد، مگر اینکه بازدیدکننده خانواده را به خوبی - و به‌عنوان یک دوست، نه یک خیرات‌دهنده - بشناسد. رئیس انجمن خیریه‌های مرتبط بوستون در سال ۱۸۸۰ توصیه کرد: «وقتی شما خانواده‌ای را به اندازه کافی خوب می‌شناسید و مطمئنید که در برابر آنها عاقلانه عمل می‌کنید»، حتی پول نقدی هم «می‌تواند به دیگر هدایای شما به این خانواده فقیر تعلق گیرد».

با این حال، کارگران خیریه بر تمایز شدید بین هدیه و کمک تأکید داشتند. برای فقرا، به شدت فقط «ضروریات زندگی» قابل قبول بود. برای مثال، در بروکلین در دهه ۱۸۷۰، آرد، سیب‌زمینی یا برنج اقلام مشروع برای کمک غیرنقدی بودند، اما چای یا شکر خیر. در واقع، مطالعه‌ای درباره کمک به فقرا توسط شهر هارتفورد، کانکتیکات، در سال ۱۸۹۱ انجام شده بود، کشف کرد که سفارش‌های مواد غذایی توزیع‌شده برای «فقط تأمین ضروری» گاهی

برای «مواد غذایی فانتزی»، «خوراکی‌های لذیذ» و «چیزهای احمقانه» خرج می‌شد، و این محققان را خشمگین کرد. برخی از اقلام «کاملاً بی‌فایده» خریداری‌شده شامل قهوه «مخلوط جاوا و موکا»، کیک‌ها، «بیسکویت‌های شیرین» و «خوراکی‌های از این دست» بودند که برخی از آن‌ها حتی کمیته قبلاً درباره آن‌ها نشنیده بود. به‌عنوان شواهد بیشتری از بازار فاسد کالاهای کمکی، یک مغازه‌دار گزارش داد که برخی از فقرا هدایای «مفید» داده‌شده توسط دوستان «خیر» در کریسمس را «برای انواع تجملات» مبادله می‌کردند.

حتی نگران‌کننده‌تر، کمیته دریافت که برخی از سفارش‌ها به پول نقد تبدیل می‌شدند و به‌عنوان «کاغذ قابل معامله» برای تجارت یا پرداخت بدهی استفاده می‌شدند. اگر به جای اهدای مواد غذایی این کمک‌ها تبدیل به پول نقد معمولی تلقی می‌شد، تنظیم کمک فرو می‌ریخت، زیرا «پول نقد... ممکن است برای استفاده‌های خودخواهانه، تجملی، از سر تنبلی یا حتی جرم، تبدیل شود.» بر این اساس، توصیه‌های کمیته این بود که سفارش‌های مواد غذایی لغو شوند و به فقرا مستقیماً بیش از ده کالای ضروری از یک انبار مرکزی داده نشود. دستورالعمل‌های آن به انتخاب‌کنندگان شهر صریح بود: «همه چیز را به دست خود بگیرید، تأمین مواد غذایی، لباس، خاکسپاری. ابتدا بررسی کنید؛ پس از آن مرتباً بررسی کنید.» آموس وارنر، در مطالعه تأثیرگذار خود «خیریه‌های آمریکایی»، که چند سال بعد منتشر شد، با این اعمال محدودیت‌ها موافق بود. وارنر کمک به صورت «کالاهای خریداری‌شده توسط مقامات» را به سیستم سفارشی که به گیرندگان اجازه می‌داد کالاهای «به‌طور غیرضروری و نامناسب» یا فاسد را انتخاب کنند، ترجیح می‌داد. او هشدار داد که در کالیفرنیا، سفارش‌ها اغلب با مشروب مبادله می‌شدند.

بنابراین، در طول بیشتر قرن نوزدهم، سازمان‌های خیریه و مقامات، اقتصاد اخلاقی افراد تحت پوشش را با ایفای نقش «خریداران جمعی» آن‌ها تنظیم کردند، و به فقرا کالاها یا پول‌های محدود، اما نه پول نقد، کمک کردند. حتی سفارش‌های مواد غذایی اگر دسترسی بیشتری به مصرف اختیاری توسط فقرا فراهم می‌کردند، مشکوک به حساب می‌آمد. بی‌اعتمادی عمیق به عملکرد مالی فقرا تمایزات بین پول‌های آن‌ها را مبهم کرد و به حوزه دوم کنترل اقتصادی منجر شد. با انگیزه‌ای بی‌وقفه برای تغییر دنیای اخلاقی فقرا، کارکنان

خیریه احساس کردند حق دارند نه تنها وجوه کمکی، بلکه حتی خرج کردن پولی که فقرا به دست آورده بودند را کنترل کنند. با پس انداز پول هایشان، آن‌ها روحشان را نجات می‌دادند.

تکنیک اصلی دوم کارگران خیریه سازمان‌دهی پس‌انداز بود.

پنج‌شنبه، ۲۲ ژوئیه ۱۸۹۰. امروز به دیدن خانم سی رفتم و به او اجازه دادم دو دلار از پولش را بگیرد تا یک تشک دیگر برای تخت بخرد. شنبه، ۲ آوریل ۱۸۹۲. من اکنون پانزده خانواده دارم که از آن‌ها مراقبت می‌کنم و حقوقشان را برایشان می‌گیرم و به آن‌ها درباره استفاده از آن کمک می‌کنم. سه نفر از مردان اگر قول نمی‌دادم که از حقوقشان مراقبت کنم، کارشان را از دست می‌دادند، و بقیه می‌خواهند که من از حقوقشان مراقبت کنم... چون من می‌توانم آن پول را به صرفه‌تر خرج کنم.

مری رمینگتون، مامور سالن خوشامدگویی اقامتگاه فقرا در نیو هیون، کانکتیکات، به‌صورت عادی، وظیفه‌اش را مباشر خودخوانده برای پول‌های همسایگان فقیرش می‌دانست. طبق دفتر خاطراتش، زنان و مردان محله، و همچنین کودکان، سکه‌های خود را برای نگهداری به او می‌دادند، تا هزینه‌هایشان را سازمان‌دهی کند، قبض‌هایشان را پرداخت کند، و حتی گاهی خرید را انجام دهد.

به نظر می‌رسید که در دستان افراد بسیار فقیر و «بسیار وابسته»، دستمزدها به همان اندازه پول‌های خیریه از نظر اخلاقی مضر بودند. مطمئناً، آن‌ها بی‌پروا یا از روی حماقت خرج می‌کردند. مگر اینکه، کارکنان خیریه درآمد‌هایشان را مدیریت کنند و مطمئن شوند که فقط برای کالاهای اخلاقاً ایمن نشانه‌گذاری شده‌اند. انجمن سازمان خیریه نیویورک در سال ۱۸۸۳ به بازدیدکنندگان خود دستور داد که «فقیرترین‌ها را تشویق کنند که چیزی، هرچند کم، در بانک پس‌انداز، یا برای تأمین سوخت و آرد در آینده کنار بگذارند... در صورت لزوم پیشنهاد دهید که هنگام پرداخت اولین قسط آن‌ها را همراهی کنید.» به همین ترتیب، گرتین در کتاب *راهنمای سازمان خیریه* توصیه کرد که در شهرهایی که هیچ مؤسسه پس‌اندازی برای فقرای بسیار فقیر وجود ندارد، خیرین باید «ترتیبات موقتی... برای نگهداری ایمن و پرداخت اقتصادی هر پولی که خانواده تحت مراقبت او ممکن است از درآمدهای

هفتگی خود کنار بگذارند» ایجاد کند. حتی یک توصیه ساده، کتاب راهنمای خیرین COS اضافه کرد، ممکن است به «دور نگه داشتن پول اضافی از تبدیل شدن آن به ویسکی ممانعت کرده و بتواند در کار بهتری استفاده شود.»

کارکنان خیریه حتی بیشتر از ارائه مشاوره عمل می‌کردند. از آنجا که گزارش شده بود که بعضاً خود فقرا اعتراف می‌کردند که «پول به راحتی از دستشان می‌لغزد»، بهتر بود تا حد ممکن آن را از دستانشان خارج کرده و در اختیار عوامل اقتصادی قابل اعتمادتری قرار دهند، افرادی مانند جمع‌آوری‌کنندگان خیریه که «مستقیماً یا به خانه‌های فقرا می‌روند»، یا به محله‌هایشان، تا پول‌هایشان را بلافاصله پس از روز پرداخت دستمزدهایشان در اختیار بگیرند. برخلاف «خیرین آشنا» که خانواده‌ها را به آژانس‌های کمک ارجاع می‌دادند، جمع‌آوری‌کنندگان برای «گرفتن پول و نه دادن آن» نزد فقرا می‌آمدند.

پس از سال ۱۸۸۰، تعدادی مکانیسم نهادی، ابتدا توسط انجمن‌های سازمان خیریه و سپس توسط کارگران اقامتگاه، برای جمع‌آوری دستمزدها از فقرا و «شستشوی» آن‌ها به پول‌های مشروع ایجاد شد. هدف، همان‌طور که جوزف لی، خیرخواه برجسته و رهبر جنبش زمین‌های بازی شهری، توضیح داد، این بود که «خرید نوشیدنی، تنباکو و آدامس را به خرید خانه، مبلمان، ابزار، اسب و واگن و موجودی تجارت هدایت کنیم.» اما ممانعت و پس‌انداز پول برای پرهیز از استفاده‌های نامناسب کافی نبود؛ می‌بایست در کنار آن پس‌اندازها هم به هزینه‌های «مناسب» هدایت می‌شدند: «یک سنتی که کنار گذاشته می‌شود، چیزی به درآمد اضافه نمی‌کند، مگر اینکه به جای استفاده غیرمولد پس‌انداز شود تا بتواند به خوبی خرج شود».

اولین آژانس‌های جمع‌آوری به خانوارهای فقرا با تصورات بسیار مشخصی از نحوه نشانه‌گذاری پول‌هایشان وارد شدند. وقتی در سال ۱۸۸۰، انجمن سازمان خیریه نیوپورت، رود آیلند متوجه شد که برخی خانواده‌های فقیر می‌توانند پولی برای خرید زغال‌سنگ کنار بگذارند، در حالی که دیگران با همان درآمد هر زمستان برای کمک به آن‌ها می‌آمدند، انجمن تصمیم گرفت یک سیستم نشانه‌گذاری مناسب را در خانوارهای «بی‌احتیاط و بی‌برنامه»

معرفی کند. بازدیدکنندگان هفته‌ای یک بار از خانه به خانه می‌رفتند و مبالغ کوچک پولی را که برای خریدهای خاص و شایسته تعیین شده بود، مانند تأمین زغال سنگ یا لباس زمستان آینده، یا برای پرداخت یک بدهی، جمع‌آوری می‌کردند. ظرف هفت سال، انجمن پس‌انداز نیوپورت ۱۰,۰۰۰ دلار جمع‌آوری کرده بود.

صندوق‌های سوخت، باشگاه‌های آرد و کفش، همراه با دیگر انجمن‌های پس‌انداز با اهداف خاص توسط سازمان‌های خیریه مختلف در سراسر کشور سازمان‌دهی شدند تا درآمدهای «کارگران کم‌درآمد» را به سمت خریدهای اخلاقاً ایمن و از نظر اجتماعی ارتقادهنده هدایت کنند. در بسیاری از موارد، خود سازمان‌دهندگان خرید را انجام می‌دادند، اغلب قیمت‌های عمده‌فروشی را برای سپرده‌گذاران باشگاه تأمین می‌کردند. و جمع‌آوری‌کنندگان راه‌هایی برای اطمینان از اینکه سکه‌های زغال سنگ به خریدهای غیرقابل قبول منحرف نشوند، پیدا کردند؛ برای مثال، یک خانم، قبل از رفتن به تعطیلات تابستانی، قلک‌های اسباب‌بازی برای همه «پس‌اندازکنندگان» خود فراهم کرد که «باید توسط او در بازگشتش باز شوند».

این سیستم خوب کار کرد. در سال ۱۸۸۹، سازمان خیریه نیویورک تصمیم گرفت که بیشتر پیش برود و صندوق پس‌انداز پنی پراویدنس را سازمان‌دهی کرد، یک بانک پس‌انداز تمبری برای حفاظت بهتر از پول‌هایی که خانواده‌های فقیر از بازدیدکنندگان خود می‌خواستند تا برایشان نگه دارند. با این باور که بسیاری از فقرها نتیجه هدر دادن مبالغ کوچک در هزینه‌های غیرضروری است، سازمان‌دهندگان صندوق پنی پراویدنس تصمیم گرفتند، همان‌طور که یک مفسر معاصر بیان کرد، «این مبالغ کوچک را جمع‌آوری کنند.» سپرده‌گذاران تمبرهایی با رنگ‌ها و مقادیر مختلف خریداری می‌کردند که سپس روی یک کارت چسبانده می‌شدند. البته، از سال ۱۸۱۶ بانک‌های پس‌انداز برای طبقه کارگر در دسترس بودند، که به طور مشابه برای حفاظت از پول‌های آن‌ها از «میخانه‌ها، تفریحات بیهوده و هزینه‌های بی‌فایده» طراحی شده بودند. اما تعداد کمی از بانک‌های پس‌انداز سپرده‌های کمتر از یک دلار را می‌پذیرفتند. صندوق پنی پراویدنس انجمن سازمان خیریه سنت‌ها را پس‌انداز می‌کرد.

بیش از صندوق‌های کالایی، صندوق پنی پراویدنس قصد داشت سپرده‌گذاران را به اعضای واقعی طبقه متوسط تبدیل کند؛ پس‌اندازهای آن‌ها قرار بود «در برابر از دست دادن احتمالی کار، یا در برابر حادثه یا بیماری» از آنها محافظت کند. به محض اینکه ۱۰ دلار کنار گذاشته می‌شد، انتظار می‌رفت سپرده‌گذار پول را به یک حساب پس‌انداز معمولی منتقل کند. برای تشویق به انباشت پول‌هایشان، مقررات پنی پراویدنس تصریح می‌کرد که «هیچ مبلغی کمتر از مقدار نشان‌داده‌شده توسط تمام تمبرهای چسبانده‌شده نمی‌تواند برداشت شود».

اما با تنها سنت‌های در دسترس، بعید بود که فقرا بتوانند عادات پس‌انداز بلندمدت طبقه متوسط را تقلید کنند. در واقع، انجمن سازمان خیریه در سال ۱۸۹۱ مشاهده کرد که این صندوق «تقریباً به طور کامل توسط کسانی استفاده می‌شود که... نمی‌توانند پول را برای مدت طولانی در سپرده نگه دارند.» در عوض، پس از انباشت ده دلار یا حتی فقط یک دلار، سپرده‌گذاران معمولاً پول خود را برای یک خرید خاص برداشت می‌کردند. تا سال ۱۹۰۹، گزارش سالانه پنی پراویدنس تشخیص داد که این صندوق «با بانک‌های پس‌انداز رقابت نمی‌کند، بلکه به دنبال کمک به افراد با درآمد کم است که مایلند برای هدف خاصی مانند لباس، زغال‌سنگ، تعطیلات و ضروریات زندگی پس‌انداز کنند».

حتی اگر نظارتشان موقتی بود، عوامل پنی پراویدنس احساس می‌کردند وظیفه - و حق - آنهاست که مطمئن شوند پول به درستی خرج می‌شود. با به دست آوردن سنت‌هایی که در کوزه‌ها، جوراب‌ها یا زیر تشک‌ها پنهان شده بودند، سازمان‌های خیریه جایگاه قابل‌توجهی در انتخاب‌های اقتصادی فقرا به دست آوردند. آیین‌های جدیدی را که سپرده‌گذاران هنگام بازپس‌گیری پول خود با آن مواجه می‌شدند، در نظر بگیرید: آن‌ها باید حداقل ظرف یک هفته اطلاع می‌دادند، و طبق گزارش‌ها، متصدیان پرداخت به طور معمول از آن‌ها سؤال می‌کردند که چگونه قصد دارند از وجوه خود استفاده کنند. یک جمع‌آوری‌کننده برای اقامتگاه هارتلی هاوس در نیویورک مشاهده کرد که «تمبر رنگی روشن» به «ابزاری برای خرج کردن مؤثرتر درآمد خانواده» تبدیل می‌شود. گاهی اوقات

بروشورهایی با دستورالعمل‌های صریح چاپ می‌شد: «برای تعطیلات، برای یک لباس جدید، برای زغال‌سنگ، برای خانه پس‌انداز کنید».

واضح است که تمام این احتیاط برای تشویق به انباشت سود نبود، زیرا بانک‌های پنی پراویدنس هیچ سودی پرداخت نمی‌کردند؛ و سازمان‌دهندگان آن به زودی متوجه شدند که برخلاف انتظارات اولیه‌شان، اکثر سپرده‌ها به بانک‌های پس‌انداز بهره‌پرداز منتقل نمی‌شوند. هدف، در عوض، حفاظت اخلاقی از پول فقرا بود. کارکنان خیریه، بیش از صرفاً نگهبانان، به مالکان نمادین این سپرده‌های کوچک تبدیل شدند، زیرا به محض اینکه سنت‌ها به تمبر تبدیل می‌شدند، یک پول محدود جدید تحت کنترل مدیران صندوق ایجاد می‌شد.

و مقررات صندوق پنی پراویدنس اطمینان می‌داد که سپرده‌گذاران تمبر-سنت‌ها را به آزادی یک سنت معمولی تلقی نکنند: کارت‌های تمبر قابل انتقال نبودند؛ و هیچ ایستگاه محلی، جایی که تمبرهای پس‌انداز فروخته می‌شد، اجازه نداشت تمبرهای جداگانه بفروشد «مبادا برای مبادله استفاده شوند.» اگر پول پنی پراویدنس، یا پولی که توسط دیگر صندوق‌های پس‌انداز خیریه جمع‌آوری می‌شد، اجازه می‌یافت به پول فقرا تبدیل شود، آنگاه تمام تلاش برای هدایت دوباره شیوه‌های نشانه‌گذاری از دست می‌رفت. در یک داستان گویا، زنی که پول خود را از یک صندوق پس‌انداز برای خرید لباس و زغال‌سنگ برداشت کرد، «با اشک» به جمع‌آوری‌کننده گفت: «اوه، خانم، احساس می‌کنم انگار شما به من هدیه داده‌اید.»

تا سال ۱۹۰۶، بانک‌های پنی پراویدنس ۲۷۷ ایستگاه باز کرده و بیش از ۵۰,۰۰۰ دلار سپرده از تقریباً ۹۰,۰۰۰ سپرده‌گذار جمع‌آوری کرده بودند. این صندوق‌ها در شهرهای سراسر کشور، از کارولینای جنوبی و ویرجینیا تا کنتاکی، ایلینوی، کلرادو و آیووا، و حتی در کانادا فعالیت می‌کردند. تمبرها در مکان‌های متعددی فروخته می‌شدند؛ برای مثال، در نیویورک، سپرده‌گذاران می‌توانستند تمبرهای پس‌انداز را در بانک‌های پس‌انداز، کلیساها، انجمن‌های دوستانه، خانه‌های اقامتگاه، مهدکودک‌ها، فروشگاه‌های خرده‌فروشی، مدارس، و حتی در خانه‌ای برای محکومان سابق خریداری کنند.

سپرده‌گذاران چه کسانی بودند؟ به جز اینکه بسیار فقیر بودند، اطلاعات سیستماتیک دیگری کمی وجود دارد. بسیاری از آن‌ها کودکان بودند. یک متخصص در مؤسسات پس‌انداز هشدار داد که والدین فقیر «اغلب ناتوان از راهنمایی فرزندانشان درباره نحوه خرج کردن درآمدهایشان هستند، که به احتمال زیاد به ضرر کودکان خرج می‌شود.» بنابراین، برای سازمان‌های خیریه ضروری شد که سرپرستی پول‌های کودکان را بر عهده بگیرند. از سال ۱۸۸۵، بانک‌های پس‌انداز مدرسه‌ای این وظیفه را بر عهده گرفته بودند و از «هزینه‌های بیهوده مبالغ کوچک» جلوگیری می‌کردند. در سال ۱۸۹۴، ایستگاه‌های پنی پراویدنس در مدارس دولتی باز شدند. هدف این بود که «هر کلاس در هر مدرسه به یک بانک پس‌انداز تبدیل شود» با «هر معلم به‌عنوان رئیس بانک، هر دختر و پسر و هر مادر و پدر به‌عنوان سپرده‌گذار با یک حساب بانکی.» کیمیاگری پولی سیستم پس‌انداز با کودکان کار می‌کرد و «سنت‌های آب‌نبات» یا پول سیگار آن‌ها را به پول برای کتاب، لباس یا دیگر اهداف مفید هدایت می‌کرد.

سال ۱۹۱۵، بانک‌های پنی پراویدنس عملاً تعطیل شدند. با این حال، تلاش نهادی برای حفاظت و نشانه‌گذاری درآمدهای فقرا ادامه یافت. این تلاش در ایجاد صندوق‌های تعطیلات ویژه برای دختران کارگر یا کلپ‌های کریسمس ادامه یافت، اما به طور برجسته‌تر، در گشایش بانک‌های پس‌انداز پستی در سال ۱۹۱۱ نمود یافت. پس از دهه‌ها مخالفت شدید از سوی بانک‌های تجاری، بانک‌های پس‌انداز پستی، با حمایت پرشور مقامات خیریه، در سال ۱۹۱۰ به طور قانونی مجوز گرفتند. طرفداران آن‌ها ادعا کردند که بانک‌های پس‌انداز پستی مدیریت منطقی پول را به مهاجران جدید آموزش می‌دهند، با بیرون کشیدن پول «از انبارها»، یا همان‌طور که مدیر سیستم پس‌انداز پستی آن‌ها را توصیف کرد، «ظروف عجیب» مانند کتری‌های چای قدیمی و جوراب‌ها، و وارد کردن آن‌ها به بانک‌ها. «خیریه‌ها و اشتراکات» گزارش داد که مهاجرانی «اسکناس‌ها را در چکمه‌هایشان حمل می‌کنند و حتی در ساعات خواب به ندرت از چکمه جدا می‌شوند.» دیگران پس‌اندازهای خود را در «تشک‌ها، سوراخ‌های دیوار، یا در زیرزمین»، و حتی در «معدن» نگه می‌داشتند، در حالی که هزاران نفر، به گفته مجله، «پول اضافی خود را به مغازه‌دار یا یک بانکدار خصوصی

می‌سپردند.» مهاجران تأیید کردند که بسیاری از آن‌ها، با بی‌اعتمادی به بانک‌ها، «پول خود را در جوراب‌هایشان پنهان می‌کردند و پشت گچ دیوارهایشان دفن می‌کردند.» انتظار می‌رفت که آن‌ها به پس‌انداز پستی، که یک مؤسسه محبوب در کشورهای اروپایی بود، پاسخ مثبت‌تری بدهند.

این بانک‌ها نه تنها پول‌های نقد را حفاظت می‌کردند، بلکه با نگه داشتن پول در داخل کشور «پولی که در غیر این صورت به خارج فرستاده می‌شد»، استفاده‌های آن‌ها را هدایت می‌کردند. در واقع، طبق یک برآورد، در سال ۱۹۰۷ به تنهایی حدود ۱۴۰ میلیون دلار «پول مهاجر» به کشورهای دیگر منتقل شده بود. پول‌های پس‌انداز پستی - کارت‌های تمبر پس‌انداز پستی و گواهی‌های غیرقابل معامله - از گردش خارج می‌شدند؛ هر سال خارجی‌ها میلیون‌ها دلار سفارش پول قابل پرداخت به خودشان را صرفاً برای اهداف پس‌انداز خریداری می‌کردند، بدون اینکه سودی دریافت کنند. و با بازتاب نوشته‌های قرن نوزدهم، انتظار می‌رفت که بانک‌های پس‌انداز پستی به یک «دشمن تأثیرگذار برای هزینه‌های تباه‌کننده و مخرب» تبدیل شوند. درست است، همان‌طور که یک کارشناس خیریه بیان کرد، این بانک‌ها فاقد تأثیر شخصی متقاعدکننده برای «خیرین شناخته شده» بودند، اما با این حال متحدان قایبل توجهی در ساخت «نوع قوی شهروند» با «قدرت مقاومت در برابر خواسته‌های کوچک فوری» داشتند. تا سال ۱۹۱۶، بانک‌های پس‌انداز پستی در واقع به «بانک مهاجران» تبدیل شده بودند؛ ۶۰ درصد از کل تعداد سپرده‌گذاران متولد خارج از کشور و مهاجر بودند و سه‌چهارم تمام سپرده‌ها را در اختیار داشتند.

بنابراین، دیدیم که برای کارگران خیریه قرن نوزدهم، پول نقد به یک شکل ناپایدار از کمک تبدیل شد. فقرای ناتوان از نظر اخلاقی، همان‌طور که آن‌ها را می‌دیدند، به ناچار پول‌های خیریه به دست‌نیامده را به عنوان درآمد قانونی خود تلقی می‌کردند و این وجوه را برای خریدهای غیراخلاقی یا، در بهترین حالت، غیرمقتصدانه هدر می‌دادند. بر این اساس، عاقلانه‌تر بود که پول قانونی از دسترس فقرا دور نگه داشته شود. به کسانی که پولشان تمام می‌شد، آژانس‌های کمک غذا، سوخت، لباس یا سفارش‌های مواد غذایی می‌دادند، اما تا حد ممکن پول نقد نمی‌دادند. و برای کسانی که با دستمزدهای ناچیز خود زندگی

می‌کردند، کارگران خیریه هر تلاشی کردند تا نحوه خرج شدن این پول‌ها را نظارت کنند. با این حال، در آغاز قرن بیستم، یک چرخش پارادوکسیکال رخ داد: سازمان‌دهندگان خیریه شروع به صحبت درباره نیاز به آوردن پول به کیف‌های فقرا به جای نگه داشتن آن‌ها بدون پول کردند. فصل بعدی توضیح خواهد داد که چرا.

فصل پنجم: رشته‌های متصل: نشانه‌گذاری پول خیریه

در روایت‌های کارشناسان اجتماعی اوایل قرن بیستم، پول به‌عنوان «کلاه سفید» مدرن حماسه خیریه بازسازی شد. داستان زندگی خانم چک را در نظر بگیرید که سرمقاله تأثیرگذار مجله سروی در سال ۱۹۱۶ منتشر شده و توسط اما وینسلو، اقتصاددان خانگی در انجمن سازمان خیریه نیویورک، مورد توجه قرار گرفته بود. خانم چک بیوه‌ای بود که به مدت سه سال پس از مرگ همسرش «مجبور به استفاده از پول به هیچ شکلی نبود.» یک انجمن خیریه غذا و لباس برای او و شش فرزندش فراهم می‌کرد و اجاره و بیمه آن‌ها را پرداخت می‌کرد. با این حال، با وجود این مراقبت ظاهراً کامل، خانواده چک دچار مشکل شدند. مادر هیچ علاقه‌ای به محافظت از خانه یا فرزندانش نداشت. همچنین به غذای آن‌ها اهمیت نمی‌داد. به‌زودی، سلامت کودکان رو به وخامت گذاشت و چهره‌هایشان «زرد و خمیری» شد. در این مرحله، انجمن خیریه تصمیم گرفت روش کمک را به یک کمک‌هزینه نقدی هفتگی تغییر دهد و به خانم چک دستور داد که «خریدهای خود را انجام دهد.» به‌زودی خانه‌داری «به یک لذت» تبدیل شد، سلامت کودکان شکوفا شد و بیوه‌ای که پیش‌تر تنبل بود، به یک «اقتصاددان خانگی... قابل‌توجه» تبدیل شد. و همه این‌ها به این دلیل بود که او حالا پول نقد داشت «تا آنچه را که می‌خواست، هر وقت که می‌خواست، بخرد».

دفاع از پول نقد

برای اما وینسلو، نتیجه واضح بود: درمانی‌ترین شکل کمک این بود که به خانواده یک کمک‌هزینه منظم داده شود و «اجازه داده شود که خریدهای خود را انجام دهد.» در سناریوهای بازنگری‌شده برای کار خیریه، کمک غیرنقدی، و غیر پولی، «غیرعاقلانه» بود و «خوداتکایی و استقلال» خانواده‌های فقیر را نابود می‌کرد. به گفته دبیر انجمن خیریه‌های سازمان‌یافته نیو هیون در کنفرانس ملی کار اجتماعی سال ۱۹۲۲، «وحدت اقتصادی» خانه تنها زمانی ممکن بود که «به خانواده [درآمد معقولی] سپرده شود و خود وی مسئول مدیریت آن شود.»

دفاع از پول نقد فقط در حرف نبود؛ بین سال‌های ۱۹۰۰ و ۱۹۲۰، خیریه‌های خصوصی روز به روز بیشتر به توزیع کمک نقدی به فقرا روی آوردند. برای مثال، خیریه‌های عبری متحد نیویورک (UHC) را در نظر بگیرید؛ در سال ۱۸۹۵، حدود ۵۶,۰۰۰ دلار به صورت «کمک‌هزینه‌های ماهانه منظم» و «کمک گاه‌به‌گاه نقدی» پرداخت کرد و حدود ۳۶,۰۰۰ دلار برای حمل‌ونقل، لباس، کفش، سوخت، خاکسپاری و سایر اقلام کمکی هزینه کرد. تا سال ۱۹۰۹، دسته «کمک نقدی» به بیش از ۲۷۷,۰۰۰ دلار افزایش یافت، در حالی که اقلام و حمل‌ونقل به حدود ۲۲,۰۰۰ دلار کاهش یافت. در آن سال، گزارش سالانه به افزایش فراوانی کمک به صورت نقدی اشاره کرد؛ ۵۵ درصد از متقاضیان آن‌ها اکنون کمک‌های نقدی دریافت می‌کردند، که افزایش سریعی به نسبت ۴۶ درصد دو سال قبل بود. تا سال ۱۹۲۲، UHC تقریباً ۴۵۰,۰۰۰ دلار برای کمک نقدی هزینه کرد و تنها ۵۲,۰۰۰ دلار برای لباس، مبلمان، مواد و زغال‌سنگ.

تغییر سیاست انجمن نیویورک برای بهبود وضعیت فقرا (AICP)، که مدت‌ها مخالف کمک نقدی بود؛ به همین صورت بود. تا سال ۱۸۹۶، مدیران اجازه داشتند به اختیار خود تا ۲۰ دلار به هر خانواده کمک نقدی بدهند. و در سال ۱۹۱۳، AICP شروع به اعطای مستمری‌های نقدی به بیوه‌های منتخب کرد. گزارش سالانه انجمن در سال ۱۹۱۴ اعلام کرد که هر تلاشی برای «توسعه توانایی خانواده‌ها در انجام خریدهای خود» انجام خواهد شد.

به همین ترتیب، به گفته دبیر آن، فردریک آلمی، تا سال ۱۹۱۷ انجمن سازمان خیریه بوفالو اعطای پول نقد به جای سفارش‌های مواد غذایی را تبدیل به یک قانون عمومی کرده بود. دفتر خیریه‌های مرتبط نیوآرک گزارش داد که پس از درک این موضوع که برای کمک و حفظ احترام به زن خانه‌دار، بهتر است پول نقدی جایگزین و توسط خود افراد مدیریت شود، آنها هم به کمک نقدی روی آورده‌اند. تا دهه ۱۹۲۰، AICP نیویورک و همچنین انجمن سازمان خیریه نیویورک (NYCOS)، همراه با دیگران مانند خیریه‌های مرتبط مینی‌آپولیس و خیریه‌های مرتبط کلیولند، از کمک‌هزینه‌های نقدی «در همه موارد ممکن» استفاده می‌کردند.

پس از سال ۱۹۱۱، برنامه بسیار موفق مستمری مادران، کمک نقدی را در دستور کار عمومی قرار داد. این مستمری‌ها که برای نگه داشتن کودکان وابسته در خانه با مادران بیوه‌شان طراحی شده بودند، به منظور جایگزینی «کمک‌های نقدی پراکنده» یا کمک غیرنقدی ناکافی با یک درآمد نقدی منظم ایجاد شدند. برای مثال، گزارش سال ۱۹۱۴ کمیسیون ایالت نیویورک در مورد کمک به مادران بیوه، کمک نقدی را «ضروری» اعلام کرد و «روش قدیمی» سفارش‌های مواد غذایی یا هدایای کالایی را «غیر دموکراتیک و مضر برای شخصیت گیرنده» دانست. از سوی دیگر، کمک نقدی با اعطای «مسئولیت خرج کردن درآمد و همچنین استقلال ناشی از مدیریت پول» به مادر، به بازسازی خانواده کمک می‌کرد.

چه اتفاقی برای آن دلار ناپایدار قرن نوزدهمی افتاده بود؟ چه چیزی این چرخش قابل‌توجه در اظهارات، نگرش‌ها و سیاست‌های انجمن‌های سازمان خیریه نسبت به کمک عمومی برای بیوه‌ها را توضیح می‌دهد؟ به طور خاص‌تر، چگونه «مضرات کمک نقدی» به فضیلت‌های مدرن تبدیل شدند؟ البته، تعاریف اجتماعی جدید قرن بیستم از علل فقر، کمک را مشروع‌تر کرد؛ اگر فقرا کاملاً مسئول پریشانی خود نبودند، جامعه وظیفه داشت به آنها کمک کند. به عنوان مثال، عادی‌سازی تدریجی بیکاری، به‌ویژه پس از رکود شدید دهه ۱۸۹۰، به طور قابل‌توجهی مسئولیت عمومی برای بیکاران را افزایش داد. در واقع، تا سال ۱۹۰۴، حدود نیمی از انجمن‌های سازمان خیریه در کشور سیاست‌های قبلی خود را تغییر داده و اکنون از صندوق‌های خودشان کمک توزیع می‌کردند. یک مورخ جنبش خیریه

توضیح داد که کمک مادی «جایگاه جدیدی» به دست آورده بود. و وقتی نوبت به مستمری‌های مادران می‌رسید، نگرانی نسبت به حفظ زندگی خانگی فقرا و تاث‌ر از یارانه‌ها یا کمک‌های نقدی به آن‌ها بیشتر می‌شد. اما حتی با فرض مشروعیت جدید کمک به فقرا، چرا روش‌های ایمن‌تر کمک غیرنقدی ادامه نیافت؟

در واقع، حتی سازمان‌هایی که به سمت پرداخت‌های نقدی حرکت می‌کردند، این کار را به صورت نامنظم و با تردیدهای بسیار انجام دادند. برای مثال، سیاست روز شکرگزاری انجمن سازمان خیریه نیویورک را در نظر بگیرید. در نوامبر ۱۹۱۰، یکی از اهداکنندگان آن‌ها پیشنهاد داد که توزیع سبدهای شام روز شکرگزاری با یک سیستم دیگری جایگزین شود که «به مردم فرصتی برای خرید آنچه بیشتر نیاز دارند» بدهد. کتاب‌های کوپن یک دلاری قرار بود برای هر خانواده صادر شود تا در فروشگاه‌های تعیین‌شده‌ای که کوپن‌ها را «مانند پول نقد برای پرداخت کالاها» می‌پذیرفتند، خرج شوند، اما فقط در روز شکرگزاری یا روز قبل از آن معتبر بودند. NYCOS با احترام از هدیه‌دهندگان تشکر کرد و طرح کوپن اهداکننده را رد کرد و نگرانی خود را توضیح داد که «ممکن است پول برای اهدافی که ما تأیید نمی‌کنیم استفاده شود».

بررسی سال ۱۹۲۲ از روش‌های خیریه‌های خصوصی برای توزیع کمک نشان داد که در حالی که کمک‌هزینه‌های نقدی روز به روز رایج‌تر می‌شدند، اکثر سازمان‌ها از پول نقد در ترکیب با سفارش‌های مواد غذایی یا کمک غیرنقدی استفاده می‌کردند. و تا دهه ۱۹۳۰، کمک عمومی، به جز مستمری‌های مادران و کمک‌های نقدی کوچک گاه‌به‌گاه، به شدت به روش‌های غیرنقدی پایبند بود. گزارش سال ۱۹۲۵ درباره کمک به فقرا در پنسیلوانیا، مقاومت در برابر پول نقد را به عنوان مسئله‌ای سنتی و «ترس از اینکه اگر پول نقد داده شود، ممکن است به صورت غیرعقلانه یا... هدر داده شود» توضیح داد. در کلرادو، حتی قانون مستمری مادران سیاست نقدی خود را با افزودن شرطی محدود کرد که در صورت لزوم، دادگاه می‌توانست پرداخت‌های نقدی را با «معادل آن در اقلام و کمک» جایگزین کند.

با این حال، برای کارگران اجتماعی پیشرو، «خط پیشرفت»، همان‌طور که اما وینسلو در سال ۱۹۱۷ بیان کرد، به‌وضوح به سمت کمک نقدی پیش می‌رفت. موضوع مورد مناقشه برای کارشناسان حوزه فقر بود تبدیل فقرا به مشارکت‌کنندگان شایسته در جامعه مصرفی قرن بیستم بود. به یاد بیاورید که در دو دهه اول قرن، دامنه مصرف منطقی و ایدئولوژی آن با سرعتی چشمگیر گسترش یافت. مصرف‌گرایی همچنین تأثیر قوی‌ای بر شیوه‌های خیریه داشت. خانواده‌های فقیر نیز باید یاد می‌گرفتند چگونه انتخاب‌های عاقلانه‌ای انجام دهند و «از درآمد خود به بهترین نحو ممکن استفاده کنند.» وظیفه کارشناس اجتماعی برای تنظیم خانواده وابسته مدرن با محیط اقتصادی‌اش، تأکید بیشتر بر آموزش علمی و هنر خرج کردن به نسبت تکنیک‌های کسب درآمد بود، که «امروز... لزوماً به مهارت یا هوش زیادی نیاز ندارد.» این کارشناس توضیح داد که «روش‌های مدرن تولید»، «تنوع گسترده‌ای از اقلام» را به بازار عرضه کرده‌اند که «کسانی که خرج می‌کنند، به‌طور مداوم نیاز به بازبینی و ارزیابی بسیار دقیق دارند».

اما بدون پول، وظیفه آموزش مصرف‌کنندگان غیرممکن بود. وینسلو پرسید: «اگر خانواده از طریق تجربه یاد نگیرد چگونه امور مالی خود را مدیریت کند، چگونه قرار است یاد بگیرد؟» استراتژی دور نگه داشتن پول از فقرا یا خرج کردن آن برای آن‌ها، در جامعه‌ای که اصل دموکراتیک انتخاب آزاد مصرف‌کننده را تبلیغ می‌کرد، به یک امر منسوخ تبدیل شد. بنابراین، کارشناسان اجتماعی حرفه‌ای تصمیم گرفتند پول مضر را به یک پول درمانی مدرن تبدیل کنند.

آزادسازی پول نقد

انتخاب‌های مصرفی مناسب بیش از یک چالش اقتصادی را در بر می‌گرفت. همان‌طور که جیمز اچ. همیلتون، استاد جامعه‌شناسی در دانشگاه سیراکیوز، در سال ۱۸۹۹ در فصلنامه اقتصاد به‌خوبی توضیح داد: «در این روزگار، فرد خود را از طریق روش‌های دخل و خرجش کشف و تثبیت می‌کند.» از آنجا که فرآیندهای تولیدی «غیرشخصی» شده بودند، همیلتون

استدلال کرد که صنعتگر معاصر «باید شخصیت خود را در روشی که پول خود را خرج می‌کند، شکوفا کند.» به همین دلیل، نظریه‌پردازان در دهه ۱۹۲۰ اصرار داشتند که مصرف‌کننده باید «قدرت انتخاب» داشته باشد. در واقع، آزادی مصرف توسط اقتصاددان مصرف‌گرای برجسته، هازل کیرک، به‌عنوان «اصلی به همان اندازه تثبیت‌شده مانند آزادی وجدان» اعلام شد. بنابراین، هر نوع تنظیم اقتدارگرایانه، حتی اگر کیفیت مصرف را بهبود می‌بخشید، حق اساسی «انتخاب ابزارهای زندگی مادی» را نقض می‌کرد. کیرک توضیح داد که مصرف تنظیم‌شده، انتخاب فردی‌شده را به روشی «مشابه تغذیه، لباس پوشیدن و سرگرم کردن کودکان یک خانوار، سربازان یک ارتش، یا زندانیان یک اصلاح‌خانه» تنزل می‌داد.

این نوع ایدئولوژی مصرف‌گرایی به لفاظی‌های کارگران خیریه نفوذ کرد. فقرا نیز حق داشتند به «انتخاب‌کنندگان» کالا تبدیل شوند، نه فقط کاربران منفعل. جوزف لی در سال ۱۹۰۲ پیشنهاد کرد که مؤسسات خیریه باید مردم را تشویق کنند تا مخارج خود را به‌عنوان وسیله‌ای برای بروز شخصیت واقعی خود درآورند و صرفاً مصرف بی‌برنامه پول مدنظرشان نباشد. روز به روز، واژگان جدید کار اجتماعی بر اهمیت «انتخاب‌های عاقلانه» تأکید کرد؛ اصطلاحات «اسراف» و «بی‌احتیاطی»، یا حتی «مستی فاسد»، شروع به شبیه شدن به کلمات منسوخ قرن نوزدهمی کردند. اجتناب از هزینه‌های گناه‌آلود دیگر کافی نبود؛ در اصطلاحات جدید مصرف‌گرایی، فقرا باید «تجارت خرید عاقلانه» را یاد می‌گرفتند.

کمک غیرنقدی انتخاب مصرف‌کننده را ساقط می‌کرد. به گفته منتقدانش، «بسته قدیمی... لباس‌های نیمه‌پوشیده» به‌طور اجتناب‌ناپذیری هرگونه استقلال یا ابتکار را از سوی گیرندگان خفه می‌کرد. و در حالی که سفارش‌های مواد غذایی لیبرال‌تر به فقرا مقداری خرید اختیاری را اجازه می‌داد، سفارش‌ها همچنان انتخاب را محدود می‌کردند. وینسلو ادعا کرد که سفارش غذا در بهترین حالت یک «راه‌حل موقت» بود، که فقط برای موقعیت‌های اضطراری قابل قبول بود. تا زمانی که کارکنان خیریه‌ها به هر نحوی به‌عنوان خریداران نیابتی عمل می‌کردند، فقرا مصرف‌کنندگان حاشیه‌ای باقی می‌ماندند، با کالاهای کمکی لباس پوشیده و تغذیه می‌شدند، و دسترسی به کالاهای مصرفی واقعی نمی‌توانستند داشته

باشند. بدتر از آن، با خرید فقط در فروشگاه‌های از پیش تعیین شده، بی‌توجه به قیمت‌ها، و ناتوان از برنامه‌ریزی برای نیازهای خودشان، در خرید ناکارآمد آموزش می‌دیدند. حتی سیستم‌های پس‌انداز با استانداردهای جدید مصرف‌گرایی ارزیابی می‌شدند. در اوایل سال ۱۸۹۹، کلپ‌های سوخت یا کفش که برای فقرا با تخفیف کالا خریداری می‌کردند، به‌عنوان شکل پایین‌تری از پس‌انداز اعلام شدند، که سپرده‌گذاران را تشویق می‌کرد «خودشان [پول] خرج نکنند، بلکه آن را برایشان خرج کنند».

فقط پول می‌توانست «مشتري خيره» را آزاد کند و او را به یک مصرف‌کننده معمولی تبدیل کند. به هر حال، یک دلار هیچ تفاوت یا محدودیت آشکار قابل توجه از مابقی دستورالعمل‌های بازار نداشت. کمک‌هزینه نقدی به خانواده امکان می‌داد «پول را مدیریت کند، ارزش آن را یاد بگیرد و قدرت خرید آن را درک کند». اما وینسلو اعلام کرد: «بگذارید خانواده خرید کند؛ برخورد با افراد مختلف، بازدید از فروشگاه‌های مختلف، جستجو برای معامله، و مدیریت درآمد دو دلار در روز، زیرکی، قضاوت و سلیقه را پرورش می‌دهد».

بیش از همه، پول قدرت انتخاب را اعطا می‌کرد و خرید معمولی‌ترین کالاها را به تبادلهای خود-بهبود تبدیل می‌کرد. برای مثال، لباس را در نظر بگیرید. اگر توسط فقرا انتخاب می‌شد، لباس به «ابزاری برای ابراز خود» تبدیل می‌شد. پرداخت اجاره به‌عنوان تمرینی در پیش‌بینی عمل می‌کرد؛ در واقع، برای وینسلو، این یک «امتياز» بود که بتوان به صاحبخانه پرداخت کرد. به همین ترتیب، برخلاف هدایای غذا یا لباس، هدایای نقدی کریسمس به فقرا «فرصت ابراز خود» را از اهداکننده به گیرنده تغییر می‌داد. به هر حال، همان‌طور که طرفداران هدایای نقدی توضیح دادند، لذت کریسمس «نه با خوردن شام، بلکه با خرید» حس می‌شد.

پول همچنین به کودکان فقیر یاد می‌داد که چگونه خرید کنند. بخشی از نقدشان علیه نهادهای سازای کودکان فقیر وابسته، اصلاح‌طلبان اوایل قرن، مؤسسات را مقصر ایجاد مصرف‌کنندگان ناتوان می‌دانستند. ادوارد تی. دواين، کارشناس اجتماعی برجسته و دبیر کل انجمن سازمان خیریه نیویورک، ادعا کرد که «کودک نهادی» هرگز ارزش پول را یاد

نمی‌گیرد «زیرا خریده‌ها توسط مباشر یا سرپرست انجام می‌شود.» فقط خانه می‌توانست کودکان را به‌درستی آموزش دهد. کارشناسان خیریه توصیه کردند که کمک‌هزینه‌های خانواده‌های وابسته شامل چند سنت در هفته برای پول خرج کردن خود کودک باشد.

خرج‌کنندگان ناکارآمد

گفتن از آزادی مصرف یک فرض به‌شدت محدودکننده را در نظر نمی‌گرفت. با وجود اینکه کارشناسان خیریه از استقلال خانواده تجلیل می‌کردند و آزادی انتخاب را تشویق می‌کردند، آن‌ها همچنان فرض می‌کردند که فقرا مصرف‌کنندگان ناکارآمدی هستند و قادر به انتخاب‌های درست نیستند. ادوارد تی. دواين معتقد بود که بسیاری از مشکلات آن‌ها نه از کمبود پول، بلکه از «استفاده احمقانه از درآمد» ناشی می‌شد.

کارشناسان اجتماعی اوایل قرن بیستم به دنبال فهم این موضوع بودند که فقرا با «انتخاب‌های بی‌دقت» خودشان چه چیزی را بازنمایی می‌کنند؟ با متزلزل شدن طبقه‌بندی اخلاقی فقر، ناکارآمدی مالی فقرا روز به روز بیشتر به ناتوانی فنی آن‌ها نسبت داده می‌شد تا به فساد اخلاقی؛ فقرا به‌سادگی نمی‌دانستند چگونه خرج کنند، چه چیزی یا چه زمانی بخرند، از کجا خرید کنند، یا حتی چگونه یا چه زمانی پرداخت کنند. بنابراین، تشخیص اولیه آموس وارنر این بود که فقرا ناتوان از «قضاوت عاقلانه در امور تجاری معمولی زندگی» هستند. وارنر مشاهده کرد که این موضوع بیش از اینکه مسئله «اسراف» باشد می‌توانست به «اشتباه محض» تعبیر شود.

کارشناسان اجتماعی شکایت داشتند که فقرا حتی قادر به انتخاب درست غذای خودشان نبودند. به آقای فرانک تاکر از نیویورک گوش کنید که در کنفرانس ملی خیریه‌ها و اصلاح سال ۱۹۰۱ به همکارانش گفت که اگرچه او با «دادن کمک مادی به شکل پول و اجازه دادن به خانواده‌ها برای خرج کردن آن» موافق است، تجربه خودش با خانواده‌های نیازمند نشان می‌داد که فقرا «توانایی پس‌انداز یا خرید» را ندارند. برای مثال، وقتی سرپرست کمک‌آژانس

او سعی کرد از یک سیستم محدود سفارش‌های غذایی - که بازدیدکنندگان نوع غذا و مقدار مورد نیاز هر خانواده را مشخص می‌کردند - به یک ترتیب اختیاری‌تر که خانواده‌ها خودشان خریدهایشان را انتخاب می‌کردند تغییر دهد، خانواده‌ها تجمعات (چای، قهوه، شکر، کره) را به جای ضروریات انتخاب کردند. با مواجهه با چنین «جهلی»، آژانس به سفارش‌های غذایی محدود بازگشت. حدود بیست سال بعد، نگرانی از ناکارآمدی فنی ادامه داشت. برای مثال، بحث درباره «مخارج غیرعقلانه» را در کتاب درسی جان لوئیس گیلین درباره فقر و وابستگی در نظر بگیرید. برای گیلین، استاد جامعه‌شناسی در دانشگاه ویسکانسین و کارشناس اجتماعی سابق، فقر به احتمال زیاد نتیجه ندانستن «چگونه عاقلانه خرید کنند... چه مقدار باید تقریباً برای اجاره، غذا، لباس، تفریحات و غیره خرج شود» بود.

این نگرانی از مهارت‌های مصرفی فقرا، دستور کار هر دو کمک نقدی عمومی و خصوصی را پیچیده کرد. حتی ۲۳ دلار یا حدوداً کمک‌هزینه ماهانه‌ای که برای بیوه‌های مستمری‌بگیر فراهم می‌کرد، به گفته کارل کریستین کارستنز، کارشناس اجتماعی برجسته و منتقد طرح مستمری، «وسوسه‌هایی... برای خرج کردن پول به صورت بی‌پروا یا احمقانه» به همراه داشت. به هر حال، همان‌طور که سخنرانی در کنفرانس ملی خیریه‌ها و اصلاح سال ۱۹۱۱ بیان کرد، اگر فقرا ناتوان از «به حداکثر رساندن کارایی یک دلار» بودند، چگونه می‌توانستند دلارهای کمکی را مدیریت کنند؟ و با امور مالی خانگی که اغلب توسط «سنت‌ها و خرافات» قدیمی و گاهی خارجی تنظیم می‌شد، چه چیزی می‌توانست مانع گیرندگان پول نقد از بازسازی سیستم‌های نشانه‌گذاری ابتدایی، ناکارآمد یا بیگانه شود؟

بخش زیادی از نگرانی روی زنان فقیر، به‌ویژه زنان مهاجر، متمرکز بود. همان‌طور که در استفاده از دلار خانگی مشاهده کردیم، زنان به‌عنوان نگهبانان پول مصرفی منصوب شدند و به مهارت‌های خرج کردن مناسب نیاز داشتند. کارشناسان توضیح دادند که به‌عنوان «مدیر مصرف»، همسر مسئول انتخاب‌های درست بازار بود و مصرف را با دقت از «خطوط ناسالم» دور می‌کرد. اما در حالی که زنان طبقه متوسط و بالا در «زندگی خوب» پرورش یافته بودند، یا می‌توانستند با خواندن کتاب‌ها یا شرکت در کلاس‌ها روش مصرف درست را یاد بگیرند، کارشناسان مدیریت خانگی نگران بودند که زن خانه‌دار فقیر «غیرعاقلانه و

به‌ندرت آموزش‌دیده»، که احتمالاً گیرنده کمک نقدی نیز بود، این آموزش‌ها را هیچگاه نداشته است.

برای فلورانس نسبیت، کارشناس اجتماعی برجسته‌ای که با بخش مستمری مادران دادگاه اطفال شیکاگو همکاری داشت، تجربه خانم زارمونسکی را مطرح می‌کند. به جای خرید غذا، لباس یا سرپناه بهتر برای خودش و سه فرزندش، او درآمد ماه اول مستمری مادرانش را صرف کفش‌های سفید، جوراب و لباس برای کودکان کرد. ماه دوم، خانم زارمونسکی «یک فرش گران‌قیمت با رنگ روشن برای اتاق نشیمن» خرید. نسبیت پرسید، با توجه به اینکه «هیچ چیز در تجربه یا آموزش او وجود نداشت که او را قادر به قضاوت‌های هوشمندانه کند»، آیا تعجب‌آور است که او چنین انتخاب‌های ضعیفی انجام داد؟ واضح است، یک کارشناس در کار خیریه نتیجه گرفت، «نیاز فوری و بسیار مشخصی به یک فرد آموزش‌دیده برای نظارت بر خرج کردن پول توسط این خانواده‌ها وجود دارد.»

کارشناسان اجتماعی آماده مداخله بودند. در واقع، ناکارآمدی مدیریتی فقرا یک روزنه کامل برای توجیه مداخله فعال کارکنان سازمان‌های خیریه در اقتصاد خانگی مشتریانشان فراهم کرد. با وجود نظریه‌های جدید محیطی درباره فقر، بازسازی اقتصادهای خصوصی همچنان ساده‌تر از دستکاری در بازار عمومی بود. آموزش امور مالی خانگی همچنین ادعاهای نوپای کارگران اجتماعی برای جایگاه حرفه‌ای را با کمک به جستجوی آن‌ها برای مهارت‌های تخصصی کار موردی تقویت کرد. دوااین در سخنرانی کنفرانس ملی خیریه‌ها و اصلاح سال ۱۹۱۱ ادعا کرد که یک «کارشناس محتاط» به فقرا نشان می‌داد چگونه «با یک دلار کاری را انجام دهد که قبلاً یک و نیم یا دو دلار برای انجام آن لازم بود.» دوااین پیشنهاد کرد که مهم‌تر از صرفه‌جویی در دلار، باید مشاوره تخصصی الگوهای مصرف را بازسازی کند و «استفاده خوب از درآمد را جایگزین بی‌دقتی، تنبلی و جهل» نماید. حتی اما وینسلو، که همچنان اصرار داشت خانواده «لذت خرید» را داشته باشد، پیشنهاد کرد که «نوعی ارزیابی سازنده و ترمیمی» از خریدهای آن‌ها «می‌تواند کمک بزرگی در افزودن به دانش خانواده از اقتصاد خانگی باشد».

در چند دهه اول قرن بیستم، کارشناسان اجتماعی با اقتصاددانان خانگی همکاری کردند تا زندگی پولی مشتریان را به دقت ترسیم کنند و نظرات ترمیمی را ارائه کردند. در ابتدا، انجمن‌های سازمان خیریه به خانه‌دارهای بازدیدکننده وابسته بودند تا به فقرا در خریدهایشان کمک کنند. اما پس از سال ۱۹۱۰، تعدادی از انجمن‌ها، مانند NYCOS یا خیریه‌های مرتبط کلیولند، بخش‌های اقتصاد خانگی جداگانه‌ای تأسیس کردند و بدین ترتیب تخصص مصرف‌گرایی را به صورت رسمی در عمل کار اجتماعی ادغام کردند.

اقتصاددانان خانگی، با اطلاع از تحقیقات استاندارد زندگی، داده‌های بودجه‌ای و تکنیک‌های کارایی خانگی را که برای بازسازی خانواده‌های وابسته طراحی شده بود؛ به کار بردند. البته، مقاماتی که به استاندارد زندگی علاقه‌مند بودند، از ربع آخر قرن نوزدهم اطلاعات سیستماتیک درباره بودجه‌های خانوار طبقه کارگر جمع‌آوری کرده بودند. هدف تحقیقات آن‌ها مستندسازی، اطلاع‌رسانی و شاید به طور کلی تأثیرگذاری بر الگوهای مصرف بود، در حالی که اقتصاددانان خانگی به سازمان‌دهی مداخله مستقیم در زندگی سوژه‌های مورد مطالعه کمک کردند. داده‌های آماری بودجه به یک برنامه درمانی بسیار مشخص ترجمه شد، زیرا اقتصاددانان خانگی به کارگران موردی در بازسازی اقتصادهای خانگی کمک کردند و به خانواده‌های وابسته نشان دادند «چگونه خرید کنند تا بیشترین بهره را از پول ببرند، چه بخشی از پول باید برای غذا خرج شود، چه مقدار برای لباس، چه مقدار برای اجاره، چه مقدار برای تفریح و چه مقدار برای پس‌انداز».

در ابتدا، کارشناسان اجتماعی به طور علنی مستمری‌های مادران را به عنوان یک نفوذ نامشروع و خطرناک بخش عمومی در حوزه حرفه‌ای کمک خصوصی محکوم کردند، اما تا دهه ۱۹۲۰، آن‌ها نیز جذب سیستمی شدند که به کار موردی برای تنظیم استفاده از وجوه عمومی توسط مادران و کودکان باور داشت. پس از دهه ۱۹۲۰، کارشناسان اجتماعی آموزش روان‌پزشکی دیدند تا نه تنها با مشکلات شایستگی فنی، بلکه با ناکارآمدی روان‌شناختی و ذهنی‌تر فقرا نیز برخورد کنند.

با این حال، ناکارآمدی را نمی‌توان با یک پول کاملاً قابل تبدیل و آزادانه در گردش به‌درستی درمان کرد. در برابر استدلال اینکه «بهتر است فقط یک کمک‌هزینه هفتگی به خانواده داده شود و اجازه داده شود که تمام مسئولیت خرج کردن عاقلانه آن را بر عهده بگیرد»، کارشناسان اجتماعی پاسخ دادند که فقط کار موردی دقیق می‌تواند پول‌های کمک‌هزینه را به پول‌های «سازنده» تبدیل کند. بنابراین، چالش برای کارشناسان اجتماعی مدرن این بود که نوع «درست» پول درمانی را برای مشتریانشان مشخص کنند.

این وظیفه آسانی نبود. تا زمانی که آن‌ها کمک را به‌صورت غیرنقدی ارائه می‌کردند، کارگران خیریه به‌عنوان «مدیران» نیابتی مصرف برای خانواده‌های وابسته عمل می‌کردند. اما حالا، چه نوع پولی می‌توانست وظیفه حیاتی تبدیل مصرف‌کنندگان ناکارآمد به خرج‌کنندگان ایمن را بر عهده بگیرد؟

تعریف پول خیریه

در دیدگاه جدید کارشناسان اجتماعی حرفه‌ای، «کمک» و «خیرات» قرن نوزدهمی باید حذف می‌شدند؛ این پول‌های احساسی که به‌صورت تصادفی ارائه می‌شدند، هیچ نشانه اخلاقی یا درسی در خرج کردن نداشتند. همچنین پول خیریه نمی‌توانست به‌عنوان دستمزدی تلقی شود که بدون محدودیت قابل استفاده است. تلقی کمک به‌عنوان درآمد عادی به‌دست‌آمده، در واقع به معنای به رسمیت شناختن شایستگی گیرنده در خرج کردن بود. ادوارد تی. دواين به دنبال تمایز مناسبی بود؛ او استدلال کرد که کمک به‌عنوان «جایگزین دستمزد» در نظر گرفته نشده بود، بلکه درآمدی لازم برای تأمین ضروریات زندگی در زمانی بود که چنین درآمدی نمی‌تواند به‌دست آید.

برای جین آدامز، بنیان‌گذار تأثیرگذار «هال هاوس» در شیکاگو، چنین ترسیم دقیق مرزی لازم نبود؛ نوع درست پول خیریه به‌سادگی با ایجاد «ابزاری برای کمک‌های دوستانه» ساخته می‌شد. آدامز در کنفرانس ملی خیریه‌ها و اصلاح سال ۱۸۹۷ - از دید یک کارگزار امور خیریه

- به سازمان‌دهندگان خیریه اطمینان داد که پول، به هر حال، «خیلی متفاوت از بقیه زندگی نیست.» تا زمانی که احساس اهداکننده واقعی باشد، دوستی و مهربانی پول را به اندازه یک جفت کفش یا مقداری سوپ به یک کمک ایمن «تبدیل و دگرگون» می‌کند.

اما سازمان‌دهندگان خیریه سنتی کمتر خوش‌بین بودند؛ برای آن‌ها یک پول مناسب برای فقرا نمی‌توانست از احساسات ساخته شود، بلکه از کار سخت به‌دست می‌آمد. مری ریچموند، یک متخصص برجسته کار اجتماعی، هشدار داد که اگر کمک «بدون برنامه یا هدف» داده شود، «به شایسته‌ترین گیرنده آسیب می‌رساند.» و وقتی فردریک آلمی در سال ۱۹۱۱ پیشنهاد کرد که کمک پولی می‌تواند به اندازه «نصیحت خوب» «معنوی» باشد، منظور او «کمک به علاوه یک برنامه» بود. برای آلمی، مستمری‌های نقدی جدید تنها به‌عنوان بخشی از یک برنامه آموزشی منطقی مؤثر بودند. دواين موافق بود که هر دلار کمک باید «سازنده» باشد.

رهبران جنبش مستمری مادران به همان اندازه متعهد به ایجاد نوع جدیدی از پول پیشرو برای بیوه‌ها و کودکان وابسته‌شان بودند. به اتهامات کارشناسان اجتماعی مبنی بر این که «پرداخت‌های پولی به مادران از وجوه عمومی، به نوعی خیریه عمومی هستند»، حامیان چنین پاسخ دادند که مستمری‌های عمومی بیشتر یک برچسب جدید برای همان کمک‌های قدیمی بودند. گزارش کمیسیون ایالت نیویورک در مورد کمک به مادران بیوه در سال ۱۹۱۴ بیان کرد که تفاوت در «استاندارد جدید بازسازی سازنده» آن‌ها نهفته است که برای بهبود خانه و محافظت از کودک طراحی شده بود.

مستمری‌های مادران به‌عنوان یک دسته جدید از درآمد مادری شرافتمندانه طبقه‌بندی شدند، شبیه به پرداختی که توسط ایالت یا ملت به سربازان، ملوانان یا دیگران که خدمات عمومی ارائه داده‌اند انجام می‌شد. مطمئناً، در زمانی که کار کودکان روز به روز بیشتر به‌عنوان استثمار تلقی می‌شد، مستمری برای مادر بهتر از پولی بود که به‌عنوان دستمزد به کودکان پرداخت می‌شد. حتی این مستمری‌ها به نسبت «بورس‌های تحصیلی» خصوصی که برای تشویق حضور کودکان در مدرسه تعلق می‌گرفت بهتر بود. این بورس‌های

قرار بود جایگزین هفتگی درآمد حاصل از کار کودک به خانواده‌هایشان باشد. اما تعیین مقدار بورس معادل درآمد ازدست‌رفته کودک، پول را آلوده می‌کرد، زیرا همچنان آن را به‌عنوان درآمد کودک، نه والدین، تعریف می‌کرد.

حامیان مستمری‌های مادران اصرار داشتند که آژانس‌های عمومی نسبت به خیریه خصوصی برای طراحی یک درآمد مناسب برای فقرا شایسته‌تر هستند. ویلیام هارد، کارگر سابق اقامتگاه که از ستون خود در مجله محبوب «دِلینیتور» از مستمری‌های مادران حمایت می‌کرد، استدلال کرد که علیرغم اینکه در گذشته سازمان عمومی «حتی نمی‌توانست مدیریت ضرباخانه‌ها را بدون کاهش ارزش سکه‌ها بر عهده بگیرد»، بازهم افراد کمی هنوز از ضرباخانه‌های خصوصی یا خیریه‌های کاملاً خصوصی حمایت می‌کردند. با این حال، به طور پارادوکسیکال، با وجود رقابت ظاهراً آشتی‌ناپذیرشان، وجوه عمومی و کمک نقدی خصوصی در نهایت به یک دسته مشابه از پول همگرا شدند، این پول متفاوت از کمک‌های پراکنده قرن نوزدهمی بود و با وجود تشبیه بسیار بین مستمری‌های مادران و پرداخت برای خدمات، به‌وضوح متمایز از دستمزد به حساب می‌آمد. هرچند که مستمری‌ها به عنوان یک حق در نظر گرفته می‌شد، اما به سبک پرداخت‌های بیمه اجتماعی طراحی نشدند؛ آن‌ها پولی بسیار محدودتر باقی ماندند. در واقع، هارد ضمن به رسمیت شناختن پتانسیل کلی یک برنامه بیمه اجتماعی، مفهوم پرداخت بیمه را به دلیل عدم نظارت مناسب محکوم کرد، که به بیوه اجازه می‌داد «کمک‌هزینه‌های بیمه خود را به دلخواه خرج کند.» مستمری‌ها - که شامل پرداخت‌های منظم هفتگی یا ماهانه بلندمدت از کمک‌های کوچک، مشخص و بودجه‌بندی‌شده بود - برخلاف کمک، دستمزد یا بیمه اجتماعی، تنها پس از تحقیقات دقیق به‌دست می‌آمدند، تحت نظارت کامل قرار می‌گرفتند و در صورتی که گیرنده نتواند استانداردهای مورد انتظار رفتار مناسب را برآورده کند، به‌راحتی قابل لغو بودند.

پس این پول خیریه جدید چه نوع پولی بود؟ با رد مدل کمک، دستمزد یا بیمه، مستمری‌ها در عوض اشکال اقتصاد خانگی طبقه متوسط را یا دقیق‌تر، پول‌های خانه‌داری زنان را بازتولید می‌کردند. با توجه به اینکه اکثر گیرندگان مستمری‌های عمومی و تعداد زیادی از

کسانی که کمک نقدی خصوصی را دریافت می‌کردند یا حداقل مدیریت می‌کردند، زن بودند، پول خیریه به راحتی به نوعی پول برای خرج کردن جمعی خانگی تبدیل شد. به واژگان توجه کنید: اصطلاح «کمک‌هزینه» به راحتی درآمد آشنا همسران طبقه متوسط را بازتاب می‌داد. البته، مستمری‌ها به عنوان یک پرداخت مشروع شناخته می‌شد. برنامه موفق فدرال برای تخصیص مستمری برای سربازان کهنه کار جنگ داخلی باعث مشروعیت آن شده بود. اما همچنین سنت طولانی‌ای از مستمری‌ها به عنوان درآمد جایگزین برای زنان بدون شوهر وجود داشت. و این زنان طبقه متوسط بودند که عمدتاً این مبادله پولی زنانه را اداره می‌کردند؛ نه تنها سازمان‌های زنان قوی‌ترین حامیان مستمری‌های مادران شدند، بلکه عمدتاً کارشناسان اجتماعی زن هر دو شکل عمومی و خصوصی کمک نقدی را نظارت می‌کردند.

این مدل خانگی پول خیریه، ورود قدرتمندی به اقتصاد خانوارهای فقیر فراهم کرد. کارشناسان اجتماعی با استفاده از تکنیک‌های توسعه‌یافته توسط کارشناسان کارایی خانگی، که سنگ بنای آن بودجه خانگی بود، کمک نقدی را به یک دستگاه پیچیده برای اصلاح سیستم‌های نشانه‌گذاری فقرا تبدیل کردند. به طور پارادوکسیکال، با دادن پول نقد، آژانس‌های اجتماعی دسترسی کامل‌تر، عمیق‌تر و پایدارتری به انتخاب‌های خرج کردن فقرا به دست آوردند.

بیا بید دقیقاً بررسی کنیم که چگونه کارشناسان خیریه‌ها از پول خیریه برای تنظیم نشانه‌گذاری پول فقرا استفاده کردند. دو تکنیک اساسی وجود داشت: اول، محدود کردن گیرندگان، بنابراین اطمینان حاصل می‌شد که کمک نقدی فقط در میان افراد یا خانواده‌های با دقت انتخاب شده گردش کند؛ و دوم، نظارت سیستماتیک بر استفاده‌های کمک نقدی، هم با آموزش فقرا در مورد تخصیص مناسب پول‌ها و هم با نظارت دقیق بر نحوه خرج شدن پولشان.

شایستگی پول نقد

چالش کمک به قربانیان اضطراری، سؤال از اینکه به چه کسی می‌توان با پول نقد اعتماد کرد را مطرح کرد. درست پس از آتش‌سوزی فاجعه‌بار شیکاگو در سال ۱۸۷۱، انجمن کمک و امداد شیکاگو، در یک بیانیه سیاستی غیرمعمول صریح، توضیح داد که چرا سیاست کمک غیرنقدی خود را با پول نقد جایگزین می‌کند. گزارش سالانه آن‌ها در سال ۱۸۷۳ توضیح داد: «جمعیت شایسته، صادق و مقتصد فقرا نباید به‌عنوان دزدان و فقرا تلقی شوند.» سی سال بعد، پس از سیل ویرانگر جانزتاون در سال ۱۸۹۹، یک کمیسیون امداد سیل در سطح ایالت برنامه بلندمدتی برای کمک به بازماندگان با تأمین لباس و غذا اما بدون پول پیشنهاد کرد؛ اما رهبران جامعه محلی به‌شدت اعتراض کردند و کمیسیون را مجبور کردند که سیاست خود را بازنگری کند و در عوض نیم میلیون دلار به‌صورت نقدی، بدون هیچ شرطی، توزیع کند. طبق روایت ادوارد تی. دواین، نمایندگان جانزتاون «بی‌معنایی تعمیم نتایج تجربیات متقاضیان کمک معمولی به کارگران ماهر و بازرگانان موفق» را تشخیص دادند. بزرگان جانزتاون متقاعد شده بودند که همسایگان فقیرشان کاملاً کمک نقدی را به شایستگی خرج می‌کنند.

چه چیزی ارائه پول به فقیران ناگهانی را ایمن‌تر از فقرای معمولی می‌کرد؟ دواین توضیح داد که این مسئله شخصیت بود؛ قربانیان اضطراری کوشا و مقتصد می‌توانستند مورد اعتماد باشند که پول خود را به‌درستی خرج کنند، بدون «هرگونه تأثیر فقیرکننده یا تضعیف‌کننده.» بدبختی آن‌ها موقتی و قطعاً غیرارادی بود. برخی کارشناسان مخالف بودند و اصرار داشتند که حتی در مورد قربانیان اضطراری، کمک نباید به‌صورت پول باشد، بلکه همیشه باید به معادل آن تبدیل شود. اما دواین معتقد بود که تصمیم باید به «شخصیت گیرندگان پیشنهادی» بستگی داشته باشد. نکته کلیدی این بود که شایستگان پول نقد با فقرای فاسد یا ناشایست اشتباه گرفته نشوند.

در طول قرن نوزدهم معیار مشابهی از شایستگی اخلاقی کافی، اعطای مستمری‌های نقدی خصوصی یا حتی عمومی گاه‌به‌گاه را به دیگر دسته‌های گیرندگان شایسته به‌ویژه کهنه‌سربازان جنگ داخلی، بیوه‌های منتخب، زنان سالخورده، بیماران، نابینایان و بیکارشدگان دوره‌های رکود را توجیه می‌کرد. در همه این موارد، اهداکنندگان آماده بودند

فرض کنند که گیرندگان، به عنوان اعضای یکپارچه جامعه، عموماً شایستگی اخلاقی برای خرج کردن صحیح را دارند. همین امر در مورد سیاست کمک نقدی «صلیب سرخ آمریکا» برای خانواده‌های سربازان در طول جنگ جهانی اول صادق بود. در موارد نیاز، بخش خدمات خانگی کمک‌های نقدی را در شرایط اضطراری به شکل کمک‌هزینه‌های منظم به بستگان سربازان، ملوانان و مردان در دیگر شاخه‌های خدمت ارائه می‌کرد. «راهنمای خدمات خانگی صلیب سرخ» توضیح داد که، به جز گیرندگان گاه‌به‌گاه غیرقابل اعتماد که باید با غذا و لباس کمک شوند، پول نقد برای خانواده‌های سربازان یک «شکل ایمن کمک» بود. طبق راهنمای خدمات خانگی، «وقتی خانواده‌ای همیشه صورت‌حساب‌های خود را پرداخت کرده است»، نباید «در معرض تحقیر ارائه سفارش‌های کمک به بازرگانان محلی» قرار گیرد. مهم‌تر از همه، این خانواده‌ها «ادعای اخلاقی» برای حمایت داشتند، زیرا «نان‌آوران و حامیان خود را برای خدمت به کشور از دست داده بودند».

اما با تسلط تعریف مصرف‌گرایانه کمک در اوایل قرن بیستم، شایستگی پول نقد نه تنها به قدرت اخلاقی، بلکه به شایستگی عملی بستگی پیدا کرد. بدون مهارت‌های مصرفی، حتی افراد دارای اخلاق درست نمی‌دانستند چگونه پول نقد را به درستی مدیریت کنند. علاوه بر این، برخلاف شخصیت اخلاقی، شایستگی مصرفی می‌توانست با پول ساخته شود؛ در واقع، مفهوم درمانی جدید کمک مادی دلالت بر این داشت که، اگر به درستی توزیع شود، پول نقد فقرا را بازسازی می‌کند. یک کارشناس ادعا کرد که خرج کردن پول می‌تواند به توسعه «صرفه‌جویی، پیش‌بینی و ابتکار» کمک کند.

با این حال، اجازه داده نشد که پول نقد آزادانه در گردش باشد. برای مثال، انجمن سازمان خیریه نیویورک یک «خانواده کمک‌هزینه‌ای» را تنها پس از غربالگری دقیق انتخاب می‌کرد، و به‌ویژه در مورد خانواده‌های مهاجر، تنها اگر «استانداردهای خانواده به اندازه کافی بالا باشد، یا بتوان آن‌ها را به اندازه کافی بالا برد؛ تا بتوانند پول را واقعاً برای اهدافی که طراحی شده خرج کنند.» یک معیار کلیدی برای شناسایی گیرندگان قابل آموزش، مهارت‌های خرج کردن مادر بود. برای مثال، «خیریه‌های متحد شیکاگو» پول نقد را تنها زمانی می‌داد که یک زن «در مخارج خود عاقل باشد یا بتوان او را به احتیاط آموزش داد.» از سوی دیگر، اگر مادر

«از نظر ذهنی آن‌قدر پایین» بود که نمی‌توانست «برای خرید آموزش ببیند»، کارشناسان کمک غیرنقدی را توصیه می‌کردند.

مستمری‌های مادران نیز به همان اندازه انتخابی بودند. همان‌طور که مورخان نشان داده‌اند، در حالی که مستمری‌های عمومی به طور قابل‌توجهی رفاه بسیاری از مادران را بهبود بخشید، این برنامه همچنان با دقت بین بیوه‌های شایسته دریافت پول نقد و بیوه‌های غیرقابل اعتماد تمایز قائل می‌شد. اکثر گیرندگان واقعاً بیوه بودند تا مادران طلاق‌گرفته، ترک‌شده یا مجرد، و اکثر آن‌ها سفیدپوست بودند؛ دو ایالت مزایا را به شهروندان آمریکایی محدود کردند. و مانند کمک خصوصی، مادران باید توانایی اولیه خرج کردن را برای واجد شرایط شدن برای مستمری نقدی اثبات می‌کردند. یک مطالعه بزرگ درباره مدیریت مستمری مادران در ایلینوی توضیح داد که این برنامه فقط زنانی را می‌پذیرفت که «بتوان به آن‌ها اعتماد کرد که مخارج نسبتاً عاقلانه‌ای انجام دهند». یکی از راه‌های آزمایش شایستگی پول نقد بیوه‌ها این بود که از کسانی که مزایای بیمه دریافت کرده بودند، بخواهند مخارج خود را گزارش دهند. گزارش ایلینوی اذعان کرد که «برای هر کسی که پول را احمقانه خرج کرده است، صحبت کردن درباره آن آسان نیست»، و در واقع، بسیاری از زنان شکایت داشتند که چنین حسابی «دخالت غیرضروری در امور خصوصی آن‌ها» است؛ با این حال، کمیته تحقیق این اطلاعات را برای «تشکیل قضاوت درباره توانایی یک زن برای خرج کردن عاقلانه پول» لازم می‌دانست.

بنابراین، فقرای شایسته پول نقد جدید تا حدی بر اساس «گرایش» مصرفی کافی انتخاب شدند؛ کمک نقدی سپس برای تبدیل آن‌ها به خرج‌کنندگان کاملاً شایسته عمل می‌کرد. اگر با دقت تنظیم می‌شد، انتظار می‌رفت مستمری یک بیوه را به اندازه بازمانده سیل جانزتاون شایسته کند. این به این معنا نیست که شخصیت اخلاقی ناگهان بی‌اهمیت شد؛ در واقع، برای واجد شرایط شدن برای مستمری بیوه، یک مادر باید «فرد مناسبی، از نظر جسمی، ذهنی و اخلاقی برای تربیت فرزندانش» می‌بود. بنابراین، شایستگی در خرج کردن همچنان با نگرانی‌های اخلاقی همراه بود؛ خرید ماهرانه همچنین به معنای انتخاب کالاهای اخلاقاً درست بود. گزارش یک مطالعه AICP نیویورک در سال ۱۹۱۴ از برنامه

مستمری آن‌ها تأیید کرد که توانایی مادر برای «خرج کردن... عاقلانه» به شدت به داشتن اطلاعات لازم بستگی داشت: «عشق بدون دانش... کودکان را با نان شیرینی، ترشی و قهوه تغذیه می‌کند.» اما دانش بدون شایستگی اخلاقی نمی‌توانست خرج کردن ایمن را تضمین کند؛ گزارش پیشنهاد کرد که برخی مادران «ممکن است وسوسه شوند مقدار تخصیص داده‌شده برای غذا را کاهش دهند تا بیشتر برای لباس یا تفریحات خرج کنند.» در مورد مستمری‌های عمومی مادران، بازرسان بررسی می‌کردند که آیا متقاضیان پول را برای خرید «مشروبات الکلی» یا تنباکو خرج می‌کنند. اگر مادری نتواند استانداردهای خانگی مناسب را حفظ کند، مستمری می‌توانست لغو شود.

با این حال، تبدیل پول نقد به ابزاری مؤثر برای آموزش مصرف‌کننده به زمان نیاز داشت. با معکوس کردن ترجیح دیرینه برای موقتی کردن کمک نقدی و بنابراین کمتر احتمال ایجاد وابستگی، کارشناسان اکنون صراحتاً کمک پولی را برای مواردی که «نیاز به کمک طولانی‌مدت دارند» توصیه می‌کردند. با هدایت مداوم، درمان نقدی یک مصرف‌کننده مستقل و ماهر ایجاد می‌کرد. در یک چرخش طعنه‌آمیز، سفارش غذایی کمتر آموزشی اکنون به یک «اقدام اضطراری» تنزل یافت.

با این حال، زمان به تنهایی نمی‌توانست آنچه کارشناسان به آن «نقص‌های مخارج» می‌نامیدند را اصلاح کند. گیرندگان به آموزش شخصی‌شده، پایدار و فراگیر نیاز داشتند تا مصرف‌کننده‌ای شایسته شوند. کولکورد ادعا کرد که فقط «کمک‌هزینه نقدی با نظارت دقیق» و آموزش کافی در «مدیریت خانگی و برنامه‌ریزی بودجه فردی» ارائه می‌دهد. پس چگونه کارگران اجتماعی از کمک نقدی برای شکل‌دهی به نشانه‌گذاری پول‌های فقرا استفاده کردند؟

آموزش نحوه خرج کردن

سال ۱۹۱۶، انجمن سازمان خیریه نیویورک «کمپین آموزشی» نوآورانهای را برای آموزش به خانواده‌های فقیر درباره نحوه استفاده صحیح از پول‌هایشان راه‌اندازی کرد. دفترچه حساب خانگی ویژه‌ای که توسط کمیته بودجه‌های انجمن اقتصاد خانگی آمریکا تهیه شده بود، توسط این آژانس به هر خانواده‌ای که کمک‌هزینه منظم دریافت می‌کرد، توزیع شد. با نگر داشتن فهرست دقیق هفتگی از مخارج مختلف خانگی، زن خانه‌دار متوجه می‌شد «دقیقاً چه مقدار پول برای هر مورد در بودجه‌اش پرداخت می‌کند» و با کمک یک کارشناس اجتماعی یاد می‌گرفت که چگونه عادات خرج کردن خود را بهبود بخشد.

اگر قرار بود کمک نقدی خرج‌کنندگان غیرآگاه را به مصرف‌کنندگان شایسته تبدیل کند، پول‌های خیریه باید به سمت انتخاب‌های مصرفی مناسب طبقه متوسط هدایت می‌شدند. گزارش سال ۱۹۱۳ درباره مستمری‌های بیوه‌ها بیان کرد که خانواده‌های فقیر «نه تنها به پول، بلکه به مشاوره درباره نحوه خرج کردن پول» نیاز دارند. کارشناسان اجتماعی تشخیص دادند که این وظیفه دشوار است: «عادات مخارج» به‌خوبی جا افتاده بودند، و به هر حال، پول قابل تبدیل‌تر بود و بنابراین انتخاب بین غذا یا لباس برای این خانواده‌ها کمتر قابل کنترل بود. با این حال، کارشناسان به‌زودی درک کردند که پول خیریه، اگر به‌درستی نظارت شود، یک «فرصت آموزشی» غیرمنتظره برای جایگزینی انتخاب‌های «بی‌دقت» با «ارزش‌های واقعی» ارائه می‌دهد.

بودجه خانگی به محور برنامه بازسازی مصرف‌کننده تبدیل شد. برای اما وینسلو، اقتصاددان خانگی در انجمن سازمان خیریه نیویورک و یک حامی قوی سیستم حسابداری جدید، حساب بودجه از طریق آشکار کردن نقص‌های خرج کردن، و با «اشاره به مسیر تلاش اصلاحی»، به‌عنوان یک «نیروی پویای فعال در بهبود مخارج» عمل می‌کرد. نه تنها با وینسلو ادعا کرد که برنامه‌ریزی بودجه برای «هر کار آموزشی که شامل تنظیم مجدد عادات مخارج باشد» ضروری است. بر این اساس، کارشناسان موردی اجتماعی، با مشاوره اقتصاددانان خانگی، یک سیستم حسابداری پولی پیچیده را مدل‌سازی کردند که بر اساس تکنیک‌های کارایی خانگی طبقه متوسط بود. به‌عنوان بخشی از طرح بودجه، از خانواده‌هایی که کمک نقدی دریافت می‌کردند، خواسته شد که سوابق دقیقی از مخارج روزانه یا هفتگی خود نگه

دارند. سپس کارگران اجتماعی از این اطلاعات برای تهیه یک بودجه بلندمدت قابل اجرا استفاده می‌کردند که خریدهای خانواده را هدایت می‌کرد، در حالی که همچنین «پایه‌ای» برای شکل‌گیری دستورالعمل‌های بیشتر فراهم می‌کرد. تصمیم‌گیری‌هایی باید درباره اینکه چه اقلامی در بودجه گنجانده شود، چه مقدار پول به نیازهای مختلف اختصاص یابد، و گاهی حتی نحوه تعیین زمان‌بندی مناسب برای خریدهای مختلف انجام می‌شد.

درست است که بازدیدکنندگان خیرخواه قرن نوزدهمی و همچنین جمع‌آوری‌کنندگان پنی پراویدنس اغلب به فقرا در مدیریت پول مشاوره می‌دادند. اما از حدود سال ۱۹۱۰، روش بودجه کارشناسان اجتماعی، مشاوره شخصی را به اسناد چاپی رسمی و بوروکراتیک تبدیل کرد که با جزئیات بیشتری نسبت به گذشته ثبت می‌شد.

آنها زندگی پولی فقرا را ثبت می‌کرد. چه در یک تکه کاغذ ساده و چه در یک فرم حسابداری چاپ‌شده، معمولاً به زبان انگلیسی اما گاهی به زبان مادری خانواده، غالباً توسط مادر یادداشت می‌شد اما گاهی توسط همسر یا فرزندش، از گیرندگان کمک نقدی انتظار می‌رفت که هر دلار را حساب کنند، از پولی که برای خرید غذا خرج شده تا هزینه پست برای ارسال نامه به خارج. گزارش AICP نیویورک در سال ۱۹۱۴ توضیح داد که با ارائه «ایده‌ای مشخص از نحوه خرج شدن کمک‌های پولی» به بازدیدکنندگان، بودجه‌های خانگی این امکان را فراهم می‌کردند که «به‌طور مداوم... راه‌های بهبود در خرید به خانواده‌ها پیشنهاد شود».

با تغییر آژانس‌های خصوصی از کمک غیرنقدی به کمک نقدی، آن‌ها بیشتر به سیستم بودجه‌بندی روی آوردند. همین‌طور مدیران مستمری‌های مادران که برای شکل‌دهی یک سیاست کمک مناسب به برآوردهای بودجه و حساب‌ها وابسته بودند. برای مثال، در شهرستان کوک، ایلینوی، قاضی دادگاه اطفال به‌طور رسمی به گیرندگان جدید دستور داد که «حساب‌های کامل و دقیقی» از مخارج خود نگه دارند. فرم رسمی که به مادر داده می‌شد توضیح می‌داد که این حسابداری نه تنها برای ثبت پول خرج‌شده بود، بلکه برای هدایت گیرنده به سمت «استفاده هوشمندانه‌ترین از وجوه» بود. در شهرستان آلگنی، پنسیلوانیا، همه مادران ملزم بودند «حساب‌های هزینه‌های خانگی ماهانه جزئی» را یا روی

کاغذهای جداگانه یا روی فرم‌های ارائه‌شده توسط دفتر ایالتی نگه دارند. در اینجا نیز، مانند سایر حوزه‌ها، انتظار می‌رفت که این سوابق به بهبود مهارت‌های خانگی و مصرفی زنان کمک کند.

اما آیا اشتیاق برای بودجه‌ها فقط با پتانسیل آموزشی آن‌ها توجیه می‌شد؟ کارشناسان اقتصاد خانگی قطعاً متقاعد شده بودند که برای همه طبقات اجتماعی، «زندگی خانوادگی عادی» به «اقتصاد خانگی سالم» بستگی دارد. و بودجه‌ها کلید مطمئنی برای مدیریت خانگی منطقی فراهم می‌کردند. از بررسی روش‌های مورد استفاده نظارتی بر خرج کردن کمک نقدی نتیجه گرفتند که «هر تلاش برای آموزش به زنان برای خرج کردن به بهترین نحو، بر استفاده و تنظیم بودجه اثرگذار است.» با این حال، وقتی نوبت به بودجه‌بندی کمک نقدی می‌رسید، حسابداری مخارج توجه چندانی به آموزش فقرا نداشت و ترجیح می‌داد با پول کاری انجام دهد؛ بودجه تأیید می‌کرد که گیرندگان کمک واقعاً پول را برای مخارج رسمی تأییدشده نشانه‌گذاری می‌کنند. یکی از حامیان برجسته کمک نقدی خاطرنشان کرد که «الزام به اینکه خانواده حساب... کمک‌هزینه یک هفته یا ماه را ارائه دهد»، معمولاً می‌توانست «مانع هرگونه تلاش برای پس‌انداز یا ذخیره پولی شود که برای اهداف کاملاً متفاوتی داده شده است.» چه راهی بهتر از حسابداری، همان‌طور که فلورانس نسبیت اشاره کرد، برای به دست آوردن «حقایق بدون رنگ» درباره «آنچه با پول به دست آمده است» وجود داشت؟

مدیران مستمری‌های مادران به همان اندازه نگران بودند که کمک‌هزینه عمومی یک بیوه «هدفی را که برای آن تخصیص داده شده است، برآورده کند.» با وجود ادعاهای حامیان که برخلاف خیریه‌های خصوصی، مستمری‌های عمومی بر آموزش تمرکز دارند نه نظارت، اکثر حوزه‌ها به‌طور منظم بازرسانی را برای بررسی مادران می‌فرستادند. درست است که در برخی مناطق، خانواده‌ها فقط چند بار در سال بازدید می‌شدند؛ اما در بسیاری از موارد، بازدیدها ماهانه یا حتی هفتگی بود. برای مثال، مأموران ناظر در شهرستان کوک، ایلینوی، خانواده‌های مستمری‌بگیر را تقریباً ماهی یک بار بازدید می‌کردند و بررسی می‌کردند که «بهترین استفاده ممکن از درآمد مستمری انجام شود.» و اگرچه به مادران اطمینان داده

می‌شد که این حسابداری «نوعی جاسوسی نیست»، نظارت بر پول‌هایشان گسترده بود و گاهی حتی به هدایای نقدی کریسمس که در بودجه نبود، گسترش می‌یافت.

موضوع پول نقدی تعطیلات برای فقرا، در واقع، مجموعه‌ای موازی اما متمایز از مشکلات را نسبت به هدیه دادن پول در خانوارها یا در تجارت ایجاد کرد. با جایگزینی کمک خیریه قدیمی - مشابه کمک زن خانه‌دار - با پولی منطقی‌تر که بیشتر شبیه یک حق بود تا یک اعطای داوطلبانه، جایگاه هدایای پولی مورد سؤال قرار گرفت. کارشناسان اجتماعی قطعاً اهمیت هدیه‌دادن در تعطیلات برای فقرا را تشخیص می‌دادند، این کار هم با جدا کردن هدایای کریسمس خود از کمک‌های معمولی، انجام می‌گرفت و گاهی با دادن پول نقد به مادران برای خرید هدایا برای فرزندانشان آن را به پیش می‌بردند. و اهداکنندگان تلاش زیادی کردند تا هدایای کریسمس خود به فقرا را شخصی‌سازی کنند، برای یک خانواده خاص خرید کنند، یک آیتم مطلوب انتخاب کنند، هدیه را شخصاً تحویل دهند یا یک گواهی هدیه شخصی‌شده بفرستند. برخی آژانس‌ها حتی مهمانی‌های کریسمس ترتیب می‌دادند تا هدایای نقدی یا اشیاء را به خانواده‌های فقیر توزیع کنند، با این امید که خانواده‌ها «این سرگرمی را به‌عنوان هدیه‌ای از دوستان به دوستان تلقی کنند و هدایایی که دریافت می‌کنند هرگز به‌عنوان خیریه در نظر گرفته نشود، بلکه به بهترین معنای کلمه به‌عنوان هدایای کریسمس باشد».

اما شخصی‌سازی در روابطی که به‌وضوح نابرابر و در نهایت غیرشخصی بودند، کاملاً کارساز نبود. در برخی موارد، هدایایی که به خانه یک خانواده فقیر تحویل داده می‌شد، با افشای عمومی نیازشان، گیرندگان را به‌شدت شرم‌منده می‌کرد. با تشخیص شکست شخصی‌سازی هدایا به فقرا، آژانس‌های اجتماعی تلاش کردند انتقال را روز به روز ناشناس‌تر کنند، برای مثال، با امتناع - با وجود مقاومت زیاد - از انتشار نام گیرندگان، و همچنین با تشویق به دادن هدایای نقدی به جای هدایای غیرنقدی محدودتر غذا یا لباس.

اما همان‌طور که پاداش کریسمس یا انعام هرگز به‌عنوان یک هدیه شخصی صمیمی تلقی نشد، پول کریسمس خیریه همچنان به‌عنوان یک ارز ویژه نشانه‌گذاری می‌شد، هرگز کاملاً

یک هدیه آزاد نبود. با این حال، در حالی که پاداش یا انعام به پرداخت نزدیک‌تر می‌شد، پول کریسمس برای فقرا یک اعطای نابرابر باقی می‌ماند. توجه کنید که چه اتفاقی برای مادران شهرستان پرکس، پنسیلوانیا افتاد که توسط یک آژانس مستمری مادران اجازه یافتند بابانوئل فرزندانشان شوند. هر مادر ۱۰ دلار دریافت کرد تا «به دلخواه خود خرج کند»؛ با این حال، پس از تعطیلات، آن‌ها وظیفه‌شناسانه گزارش دادند که پول چگونه خرج شده است. وقتی یک آژانس خصوصی دیگر تصمیم گرفت به هر یک از کودکان یک دلار بدهد تا هدیه‌ای برای مادرشان بخرند، یک بازدیدکننده آن‌ها را همراهی کرد تا خرید را انجام دهند. معاون دبیر کل انجمن رفاه مینی‌اپولیس، که هدایای نقدی تعطیلات به فقرا را تشویق می‌کرد، توضیح داد که چگونه «مراقبت انجام شد» تا پول «برای چیزهای بسیار خاص استفاده شود». برای مثال، یک پسر پیام‌رسان ۱۶ ساله، تنها حامی مادر بیوه و معلولش، به یک ساعت نیاز داشت؛ به مادرش پول داده شد تا یک «ساعت خوب» که متعلق به پدر پسر بود را تعمیر کند. بنابراین، رویکرد مقامات خیریه به پول هدیه همچنان دوگانه بود، و تعادل را بین صمیمیت ترجیحی، برابری و خودجوش بودن هدایای شخصی و نابرابری، نظارت و کنترل بودجه‌های مدیریت‌شده حفظ می‌کرد.

با جزئیات فوق‌العاده در ثبت مخارج، بودجه‌های خانگی به خیریه‌های خصوصی و همچنین ناظران مستمری عمومی اجازه می‌دادند تا عمیق‌تر از کارگر خیریه‌ای که کمک غیرنقدی یا سفارش‌های مواد غذایی توزیع می‌کرد، به اقتصاد خانگی خانواده‌های فقیر وارد شوند. در واقع، کارشناسان بر اهمیت افزایش سرفصل‌های بودجه «برای ارائه جزئیات لازم درباره مقدار و ماهیت مخارج مختلف» تأکید داشتند. برای مثال، یک برگه بودجه معمولی که توسط انجمن سازمان خیریه نیویورک استفاده می‌شد، شامل ستون‌هایی برای اجاره، سوخت، لباس و غذا، و همچنین برای لوازم خانگی، پول ناهار، کرایه، بیمه و تفریح بود. حتی جامع‌تر، فرم حساب ماهانه خانگی که اغلب برای مستمری‌های مادران استفاده می‌شد، اطلاعاتی درباره اقلامی مانند لوازم خیاطی، تعمیر کفش، وسایل بهداشتی یا هدایای دریافت‌شده را طلب می‌کرد. حتی یک ورودی «اوقات خوش» وجود داشت، که مادران تشویق می‌شدند پولی را که برای «لذت و سرگرمی» خرج کرده‌اند، گزارش دهند.

همچنین نوع داده‌های تحقیقاتی مورد نیاز برای تهیه یک بودجه «سازنده» را در نظر بگیرید. اما وینسلو تأکید کرد که جمع‌آوری هرچه بیشتر اطلاعات درباره «عادات مخارج قبلی و فعلی در هر خانواده» حیاتی است - نه تنها مخارج عمومی غذا، بلکه اطلاعات دقیق درباره انواع غذاهایی که خانواده مصرف می‌کرد، نحوه پخت غذا، محل خرید آن، و اینکه آیا به صورت اعتباری خریداری شده است یا خیر. یا لباس را در نظر بگیرید. فهرست کردن آنچه خانواده در اختیار داشت فقط شروع کار بود. به کارگر موردی دستور داده می‌شد که مسائل دیگری را نیز بررسی کند: آیا لازم است «در خانواده درک بیشتری از اهمیت لباس مناسب در خانه و خارج از خانه ایجاد شود؟» آیا «دانش کافی درباره ارزش‌های نسبی در انتخاب لباس... تحت شرایط زندگی آمریکایی» وجود داشت؟ مخارج تفریحی نیز به دقت بررسی می‌شد: آیا روزنامه‌ها روزانه خریداری می‌شدند؟ و آیا خانواده به کلیسا کمک مالی می‌کرد، حق عضویت اتحادیه را می‌پرداخت، یا به بستگان خود کمک می‌کرد؟

حتی تقسیم‌بندی داخلی پول‌های خانواده تحت نظارت قرار گرفت. از کارشناسان اجتماعی خصوصی خواسته شد که مشاهده کنند آیا اعضای شاغل خانواده تمام درآمد خود را تحویل می‌دهند، یا کسی مقداری برای خودش نگه می‌دارد. آیا تغییر رویه‌های موجود «روابط خانوادگی بهتری» ایجاد می‌کرد یا «استفاده عادلانه‌تری از کل درآمد خانواده» را به دنبال داشت؟ مدیران مستمری‌های مادران به شدت نگران روابط اقتصادی مناسب بین مادر و فرزندان بودند. آیا مستمری حس مسئولیت خانگی کودک را از بین می‌برد یا فرزندان شاغل همچنان درآمد خود را به کیف خانواده کمک می‌کردند؟ در زمانی که نقش اقتصادی کودکان در حال بازتعریف بود، مسئله مشارکت آن‌ها به اعتراف «موضوعی بسیار ظریف برای تنظیم» بود که «هیچ قانون سخت و ثابتی نمی‌توان برای آن وضع کرد.» در برخی مناطق، اگر ترتیبات «معقول» بودند، «دخالتی در آن‌ها صورت نمی‌گرفت»، اما «انتظار دادگاه» این بود که «یک مادر خوب می‌تواند تمام پولی که فرزندان تا سن ۱۶ سالگی به دست می‌آوردند را دریافت کند» و به صلاحدید خود مقداری پول خرج کردن به فرزندان بدهد. با این حال، در حوزه‌های دیگر، مقدار کمک‌هزینه خرج کردن کودک توسط مدیران مستمری مشخص می‌شد، همان‌طور که پرداختی که از فرزندان بالای ۱۶ سال انتظار می‌رفت تعیین می‌شد.

برای مثال، در شهرستان کینگ، واشنگتن، از فرزندان بزرگ‌تر انتظار می‌رفت که هزینه اقامت خود را بپردازند، که حداقل نیمی از درآمدشان را شامل می‌شد.

این نظارت مالی کامل بر خانواده‌های مستمری‌بگیر به‌عنوان بخش ضروری بازسازی اقتصادی آن‌ها تلقی می‌شد. بودجه خانگی خوب ساخته‌شده، با آشکار کردن الگوهای مخارج معیوب و نشان دادن راه به سمت شیوه‌های خرج کردن «مطلوب» بهترین ابزار برای شکل‌دهی به مصرف‌کنندگان شایسته بود. یک کارشناس ادعا کرد که کمک نقدی با نظارت مناسب باید «آرزو برای چیزهای بهتر» را بیدار کند. نگرانی از «خرج کردن عاقلانه» حتی پس‌انداز سنتی را تا حدی مشکوک کرد؛ اقتصاددانان خانگی نگران خانواده‌هایی بودند که به جای مصرف صحیح، پول خود را پس‌انداز می‌کردند.

گاهی اوقات، تلاش برای اطمینان از نشانه‌گذاری صحیح پول‌ها به‌طور قابل‌توجهی ملموس می‌شد. برای مثال، انجمن سازمان خیریه نیویورک، با استفاده از تکنیک‌های خانواده‌های مستقل، استفاده از پاکت‌های بودجه را پیشنهاد کرد تا به مشتریان در «تقسیم‌بندی درآمدشان» کمک کند. هر پاکت با تصویری «مرتبط با هدفی که قرار است برای آن استفاده شود» تزئین می‌شد و انتظار می‌رفت که خانواده‌ها را در خرج کردن پولشان «مطابق با برنامه‌های بودجه ما» هدایت کند. به همین ترتیب، در کنفرانس ایالتی کار اجتماعی نیویورک در سال ۱۹۲۸، یک متخصص صرفه‌جویی به کارشناسان موردی خانواده توصیه کرد که از قلک‌های سکه‌ای استفاده کنند که «فقط توسط بانکداری که آن‌ها را فراهم می‌کند باز می‌شود»، و همچنین به‌عنوان راه‌هایی برای هدایت مخارج خانواده‌های وابسته «کلپ‌های هدف خاص مانند کلپ‌های کریسمس، بیمه و مالیات» را به کمک گیرندگان معرفی کنند.

وقتی نوبت به فقرا می‌رسید، اظهار مصرف‌گرایی چرخش عجیبی به خود گرفت. بدون شک، برخلاف کارشناسان خیریه قرن نوزدهمی که به نیازمندان با لباس، سوخت یا غذا کمک می‌کردند اما آن‌ها را بدون پول نگه می‌داشتند، کارشناسان اجتماعی مدرن آماده بودند تا پول نقد را به کیف‌های فقرا وارد کنند. اگر شایستگی مصرفی یک مهارت قابل آموزش بود،

چگونه می‌توانست درس‌ها را بدون پول به‌طور مؤثر آموزش داد؟ حامیان کمک نقدی استدلال کردند که با مربیگری مناسب، پول به خانواده‌های وابسته دسترسی کامل به جامعه مصرفی جدید می‌دهد. اما کمک نقدی هرگز به‌عنوان پول یک مصرف‌کننده معمولی در گردش نبود. چه توسط خیریه‌های خصوصی داده شود و چه توسط برنامه مستمری مادران توزیع شود، پول خیریه به‌عنوان پول آموزشی برای وابستگان نشانه‌گذاری می‌شد، و بر اساس پول خانگی بسیار تنظیم‌شده طبقه متوسط مدل‌سازی می‌شد، به گروه بسیار محدود و با دقت انتخاب‌شده‌ای از گیرندگان، تعلق می‌گرفت.

پس از دهه ۱۹۲۰، کارشناسان اجتماعی - روان‌پزشکی اهمیت روان‌شناختی جدیدی به مأموریت آموزشی کمک نقدی افزودند: با مدیریت دقیق، پول همچنین می‌توانست به‌عنوان یک «ابزار کار موردی» مؤثر در درمان وابستگی عاطفی عمل کند. بنابراین، به جای نزدیک شدن به پول نقد به‌عنوان یک «مسئله اقتصادی ساده»، لازم بود ارتباطات عاطفی و نمادین ناگفته مشتری با پول را مشخص کرد. در یک مطالعه تأثیرگذار درباره عمل کار موردی خانواده که در اواخر دهه ۱۹۲۰ برای NYCOS انجام شد، گریس مارکوس هشدار داد که ناکامی کارشناس مسئول هر خانواده در شناخت ارزش‌های عاطفی آنها می‌تواند هر تلاشی برای آموزش ایشان در استفاده‌های سازنده از پول را ناکام بگذارد. از سوی دیگر، اگر به‌درستی مدیریت شود، کمک پولی یک «عامل اعتماد و باعث حسن نیت مشتریان» می‌شود و زمینه را برای استقلال عاطفی و همچنین مالی فراهم می‌کند.

گوردون همیلتون، یک متخصص دیگر در عمل کار موردی، سال‌ها بعد مشاهده کرد که در کنار فهرست کردن نیازهای مادی، یک نسخه «روان‌شناسی‌شده» از بودجه باید «واقعیت عینی را از خواسته‌های عاطفی» جدا کند، و درخواست‌های «نوروتیک» برای کمک را از محرومیت واقعی متمایز کند. بنابراین، با تشدید ارزیابی روان‌شناختی روش‌های کمک توسط کار اجتماعی، کمک‌های نقدی وظیفه اضافی آموزش یک مصرف‌کننده با تنظیم عاطفی را بر عهده گرفتند؛ کمک‌های پولی درمانی، در واژگان روان‌شناختی جدید، برای «حمایت سازنده از قدرت‌های خود» عمل می‌کردند. اکنون کارشناس مسئول هر خانواده نه تنها به کیف‌های فقرا، بلکه به روان آن‌ها نیز دسترسی داشتند.

مصرف‌گرایی قرن بیستم شیوه‌های رفاهی را بازسازی کرد. کارشناسان کار اجتماعی روز به روز بیشتر تمایل داشتند که پول را به دست فقرا بپارند و اجازه دهند خودشان خرید کنند. اما با وجود ادعاهایی که آزادی انتخاب مصرف‌کننده را برای خانواده‌های وابسته ستایش می‌کرد، کارگران اجتماعی دوگانه باقی ماندند. آن‌ها پول نقد می‌دادند، اما با رشته‌های متصل. در نهایت، به‌طور پارادوکسیکال، نظارت بر کمک ممکن است با توزیع پولی که ظاهراً آزاد بود به جای کالاها شدت یافته باشد. درست است که پول نقد نسبت به هدایای غیرنقدی مانند سوپ یا کت دست‌دوم، دامنه وسیع‌تری از انتخاب‌های مصرفی را به فقرا ارائه می‌داد. اما همچنان یک ارز رسمی تعریف‌شده بود، توسط غریبه‌ها بودجه‌بندی شده و بنابراین هرگز کاملاً متعلق به خودشان نبود. با این حال، کارگران خیریه همیشه راه خود را نداشتند. زیرا، در واقع، فقرا ایده‌های خودشان را درباره نحوه نشانه‌گذاری پول‌ها داشتند. و گاهی، در رقابت بین کارگران اجتماعی و مشتریان‌شان بر سر چگونگی، کجا و چه زمانی خرج کردن پول، کارگران اجتماعی بازنده بودند.

فصل ششم: پول‌های مورد مناقشه

وقتی یک بازدیدکننده مستمری مادران در شهرستان پرکس، پنسیلوانیا، در دهه ۱۹۲۰ حساب هزینه‌های ماهانه خانواده F را بررسی کرد، از ورودی روزانه «شیر، ۶ سنت» در ستون «اوقات خوش» که برای مخارج تفریحی نشانه‌گذاری شده بود، شگفت‌زده شد. تادئوس ۱۵ ساله، تنها نان‌آور خانواده و مسئول ثبت، توضیح داد: «از وقتی پول داریم، می‌توانم هر روز یک پَینت شیر در کارخانه بخرم، پس این برای من یک "وقت خوش" است.»

مبارزه برای کنترل

اختلافات بین کارشناسان اجتماعی و گیرندگان کمک همیشه به اندازه انتخاب تادئوس برای یک پینت شیر بی‌ضرر نبودند. آن‌ها شامل مبارزه‌هایی بر سر سیستم‌های نشانه‌گذاری رقیب و درگیری‌هایی بر سر تعریف رابطه بین مقامات و فقرا بودند. به یاد بیاورید رقابت برای پول‌های خانگی بین همسران، شوهران و فرزندان، یا اختلافات بین اهداکنندگان و گیرندگان انعام‌ها و پاداش‌های پایان سال، که هر گروه تلاش می‌کرد بخشی از پول‌های خانگی یا یک هدیه پولی را طبق سیستم خود نشانه‌گذاری کند. در مورد حاضر، اهداکنندگان و گیرندگان خیریه اغلب سیستم‌های نشانه‌گذاری ناسازگاری داشتند، اما همچنین درباره اینکه خیریه تا چه حد یک هدیه آزاد بین برابرها، یک حق که صرفاً توسط عامل خیریه تسریع شده، کمک دلسوزانه به یک فرد وابسته، یا چیز دیگری است، اختلاف نظر داشتند. برای مثال، آیا اعطای پول توسط کارشناسان اجتماعی شامل حقی برای گفتن به خانواده‌ها درباره نحوه خرج کردن بود؟ یا درآمد خیریه، وقتی وارد خانوارهای فقرا می‌شد، به مالکیت آن‌ها تبدیل می‌شد؟

فقرا نیز سیستم‌های خودشان را برای نشانه‌گذاری پول‌های خانگی داشتند، نه فقط برای اوقات خوش، بلکه برای طیف وسیعی از مخارج؛ پول اجاره با پول غذا فرق داشت، و پول بیمه از کمک به کلیسا جدا نگه داشته می‌شد. حتی پول‌های شخصی نیز متمایز بودند؛ کمک‌هزینه خرج کردن شخصی یک پسر کاملاً متفاوت از خواهرش، یا از پول میخانه پدرش یا کرایه او تلقی می‌شد. وقتی خانواده‌های فقیر می‌توانستند، اغلب پولی را برای سازمان‌های برادرانه یا دیگر جوامع کمک متقابل کنار می‌گذاشتند، یا، در مورد مهاجران، پول‌های خاصی را برای ارسال به خانواده‌هایشان در خارج نشانه‌گذاری می‌کردند. در واقع، بسیاری از زنان خانه‌دار فقیر احتمالاً با ۹۰ زن مهاجری که به سوفونیزبا برکینریچ گفتند آنچه بیشتر نیاز دارند نه آموزش تخصصی درباره نحوه خرج کردن پول، بلکه صرفاً «دریافت وسایل برای پرداخت» است، موافق بودند.

بنابراین، بودجه‌های رسمی با سیستم‌های حسابداری نانوشته اما همچنان قدرتمند جایگزین مواجه شدند. و با وجود ترتیبات عمدی و پیچیده کارشناسان اجتماعی برای حفظ کنترل بر وجوه کمک، خانواده‌های نیازمند به‌طور معمول موفق شدند محدودیت‌های

بوروکراتیک را دور بزنند و راههایی برای تبدیل پول‌های خیریه به «مال خودشان» تا حد ممکن پیدا کنند. به یاد بیاورید که چگونه سپرده‌گذاران پنی پراویدنس سیستم پس‌انداز طراحی‌شده توسط جوامع خیریه را بازسازی کردند. در ابتدا، خانواده‌های فقیر از تلاش‌ها برای در اختیار گرفتن پول‌هایشان مشکوک بودند؛ همان‌طور که مری رمینگتون، کارمند خیریه، در دفتر خاطراتش نوشت: «همه آن‌ها از [بانک پس‌انداز پنی] می‌ترسند، چون کسی به آن‌ها گفته که ما می‌خواهیم پولشان را از آن‌ها بگیریم.» اما خانواده‌های فقیر مبتکر بودند. در حالی که سازمان‌دهندگان برنامه‌ریزی کرده بودند سنت‌های آن‌ها را «پس‌انداز» کنند تا زمانی که پول کافی برای انتقال به یک حساب پس‌انداز معمولی جمع شود، خانواده‌های فقیر بانک‌های پنی پراویدنس را به سپرده‌های کوتاه‌مدت و مصرف‌محور تبدیل کردند. زنان، کودکان و مردان برای اهداف خاص خودشان پس‌انداز می‌کردند: خرید لباس بهاری، پرداخت هزینه تعطیلات تابستانی، و اغلب برای هدیه عید پاک یا کریسمس.

البته، پول کمک با دستمزد سپرده‌گذار پنی پراویدنس یکسان نبود. ناظران طبقه متوسط ممکن بود از طیف وسیعی از مخارج طبقه کارگر ناراحت یا بی‌حوصله شوند، همان‌طور که از پولی که برای پذیرایی از دوستان در میخانه خرج می‌شد، یا آنچه یک کارگر خیریه به‌عنوان «تأثرهای مضر ۵ و ۱۰ سنتی» از آن یاد می‌کرد؛ یا «لذت‌های احمقانه یکشنبه برای کودکان در کیسه‌های آب‌نبات ارزان، پاپ‌کورن، بستنی قیفی، بطری‌های نوشابه» ناراحت بودند؛ اما فراتر از اخلاق‌گرایی، کار زیادی نمی‌توانستند انجام دهند، تا زمانی که اعضای خانوار پولی را که خرج می‌کردند خودشان به دست آورده بودند. از سوی دیگر، پول‌های خیریه به کارشناسان اجتماعی مجوز می‌داد تا مستقیماً در مخارج خانگی فقرا مداخله کنند.

با این حال، حتی با پول‌های تنظیم‌شده، فقرا موفق شدند سیستم‌های کنترلی خود را تحمیل کنند. آن‌ها این کار را با طیف وسیعی از تخصیص‌های خیریه انجام دادند، و گاهی به روش‌های ساده، مانند زنان نیازمندی که هدیه یک کت سبز مد روز طبقه بالا را رد کردند، تا زمانی که رنگ و مدل آن تغییر کند تا «با سبک‌های رایج در میان خانواده‌های با درآمد دو دلار در روز هماهنگ شود.» یا استراتژی‌های متعددی را که خانواده‌ها برای تغییر سفارش‌های غذایی مطابق با ترجیحات رژیم غذایی خودشان طراحی کردند، در نظر بگیرید.

با مغازه‌داران، همسایگان یا بستگان مذاکره می‌کردند تا سفارش‌ها را به پول نقد تبدیل کنند یا آن‌ها را با کالاهای متفاوتی از آنچه اجازه داده شده بود، مبادله کنند. برای مثال، مشاهده کنید که چگونه خانم C، بیوه مهاجر ایتالیایی که در فصل چهارم توصیف شد، موفق شد مغازه‌دار تعیین‌شده‌اش (که خانواده را از زمان‌های بهتر می‌شناخت) را متقاعد کند که به او اجازه دهد نان را از یک نانوايي ایتالیایی بخرد و او صورت‌حساب هفتگی‌اش را پرداخت کند و مبلغ را به سفارش مواد غذایی منتقل کند. این ترتیب تنها زمانی به هم خورد که خانم C زیاده‌روی کرد و ماکارونی و پنیر ایتالیایی را به خریدهای نانوايي اضافه کرد. در واقع، این استراتژی فراتر از غذا گسترش یافت. به یاد بیاورید که چگونه فقرای هارتفورد، کانکتیکات، با استفاده از سفارش‌های زغال‌سنگ برای پرداخت بدهی‌ها یا تبدیل سفارش‌های غذایی به پول اجاره، ارزهای خیریه را بازسازی کردند.

فقر همچنین راه‌هایی برای تصاحب کمک نقدی پیدا کردند. ممکن بود صرفاً نمادین باشد، مانند زنان خانه‌دار ایتالیایی که در سفرهای خرید آموزشی با بازدیدکنندگان خانگی اصرار داشتند که پول را حمل کنند و خودشان هزینه خریدها را پرداخت کنند؛ یا ممکن بود به‌طور آشکار تقابلی باشد، مانند کارل پولارسکی ۱۴ ساله که وقتی از او توسط کارشناس اجتماعی خواسته شد حساب‌های مادرش را نگه دارد (او نمی‌توانست به انگلیسی بنویسد)، پاسخ داد که «ترجیح می‌دهد گرسنگی بکشد تا اینکه بگذارد دیگران بفهمند خانواده چه می‌خورد.» یک زن در مینی‌اپولیس که طبق گزارش کارمند مسئول خیریه انجمن رفاه خانواده (FWA) بیش از حد مستقل تلقی می‌شد، طبق یادداشت‌های کارشناس اجتماعی به آن‌ها گفت که «اگر آن‌ها بدون گفتن دقیق نحوه خرج پول، به او کمک نمی‌کنند، می‌تواند خانه‌اش را ترک کنند. او از اینکه باید برای هر سنت حساب پس بدهد خسته شده بود».

اغلب، ادعاهای کنترل، ظریف اما تأثیرگذار بود. شاهد باشید که چگونه خانم روتسیکی، یک بیوه بوهمیایی، کارشناس خیریه را ناراحت کرد وقتی بدون مشورت با او، چند دلار مخفیانه پس‌اندازشده از زمانی که هنوز کار می‌کرد را خرج کرد تا یک جفت کفش چرمی براق برای بنی ۱۰ ساله‌اش بخرد. بازرس تعجب کرد که چرا مادر «ذخیره ارزشمند» خود را برای کالاهایی خرج کرده که، مانند اکثر لباس‌ها و لوازم خانگی خانواده، می‌توانست توسط

آژانس فراهم شود؟ خانم روتسیکی توضیح داد: «شما همه چیز را برای بچه‌ها می‌خرید. اگر گاهی برای آن‌ها چیزی نخریدم، وقتی بزرگ شوند به من فکر نمی‌کنند. فکر می‌کنند که من هیچ‌وقت برای آن‌ها کاری نکرده‌ام».

به‌طور خاص در مورد پول خاکسپاری، رقابت بین کارشناسان اجتماعی و فقرا گاهی شامل یک مناقشه اقتصادی، اجتماعی و اخلاقی طولانی‌مدت و بی‌سازش بود. این فصل رقابت بر سر پول‌های خیریه را بررسی می‌کند، تلاش‌های فقرا برای تنظیم درآمد خیریه و همچنین دوگانگی مداوم کارگران اجتماعی نسبت به ایدئولوژی مصرف‌گرایی که از آزادی مصرف برای فقرا حمایت می‌کرد و اعتقادشان که فقرا نمی‌توانند برای خرج کردن مورد اعتماد باشند را کاوش می‌کند. تا سال ۱۹۳۵، به نظر می‌رسد مقامات عمومی سرانجام از طریق قانون تأمین اجتماعی، خودمختاری سیستم‌های نشانه‌گذاری فقرا را به رسمیت شناخته‌اند. پول خیریه محدود سرانجام می‌توانست از گردش خارج شود، و به فقرا اجازه داده می‌شد که پول قانونی را مدیریت کنند و به دلخواه خود خرج کنند. اما سیاست پولی جدید مدت زیادی دوام نیاورد. کارشناسان خیریه و دیگر مقامات، از جمله دادگاه‌ها، به‌زودی راه‌هایی برای مقابله دوباره، رقابت و تنظیم انتخاب‌های مالی گیرندگان کمک پیدا کردند. ارزش‌های خیریه جدید بار دیگر برای تمایز دنیای پولی فقرای به‌ظاهر ناکارآمد ساخته می‌شدند.

پول فقرا در برابر نشانه‌گذاری‌های رسمی

کارشناسان کار اجتماعی، در اوایل قرن، تشخیص دادند که ستون‌های منظم دفاتر حساب و بودجه‌هایشان که با مهارت طراحی شده بودند، به‌راحتی اقتصادهای خانگی فقرا را در بر نمی‌گرفتند. در سطح عملی، آن‌ها می‌دانستند که نگه داشتن سوابق کار سختی است، بنابراین متقاعد کردن زنان خانه‌دار برای ثبت هر هزینه همیشه کار آسانی نبود، چه برسد به اطمینان از دقیق بودن سوابق. به بازرسان خانوادگی هشدار داده می‌شد که دفاتر حساب اغلب اسناد نیمه‌تخیلی هستند، که در آن برخی خانواده‌ها مخارج خیالی را ثبت می‌کردند، برخی برای خوشحال کردن بازرس هزینه‌هایی را اختراع می‌کردند، و برخی دیگر

خریده‌های نامناسب را پنهان می‌کردند. با این حال، مشکلات بودجه‌سازان فراتر از دقت نسبی سوابق مشتریانشان بود. کارشناسان اجتماعی همچنین آگاه بودند که «عادات مخارج» فقرا در بسیاری از موارد «به‌طور محکم تثبیت‌شده» بودند، ریشه در «سنت‌های نژادی و اجتماعی» متمایز و همچنین باورهای مذهبی داشتند.

با این حال، سیستم‌های مختلف انتخاب مصرف‌کننده معمولاً به‌عنوان تعصبات اشتباه افراد ناآگاه یا ناکارآمد رد می‌شدند، در بهترین حالت به‌عنوان حماقت صرف یا رسوم عجیب یک خارجی کم اهمیت تلقی می‌شدند، و در بدترین حالت به‌عنوان اقتصادهای فاسد اخلاقی مورد حمله قرار می‌گرفتند، که دائماً در آستانه الکلیسم یا قمار بودند. به‌طور طعنه‌آمیز، کارشناسان خیریه وقتی فقرا همان نوع آزادی انتخاب مصرف‌کننده‌ای را که توسط کارشناسان قرن بیستم جشن گرفته می‌شد ابراز می‌کردند، بیشتر ناراحت می‌شدند؛ و مبالغ کوچک خود را «برای آنچه نان نیست» خرج می‌کردند. برای مثال، «وحشت» یک مأمور پنی پراویدنس را در نظر بگیرید وقتی یک مرد فقیر با خانواده‌ای بزرگ ۵۰ دلار پس‌اندازشده در صندوق را برداشت و، به جای گذاشتن پول در بانک همان‌طور که بارها به او توصیه شده بود، آن را برای یک «کوداک» خرج کرد. یا نگرانی ادوارد تی. دواین را درباره «خانواده گرسنه‌ای» که چهار دلار کمک دریافت‌شده در طول یک طوفان برفی را تقسیم کرد به یک دلار برای غذا، یک دلار برای نوشیدنی، و دو دلار، همان‌طور که پدر توضیح داد، برای خرید «یک توله‌سگ برای بازی بچه‌ها».

کارشناسان خیریه اوایل قرن مانند مری ویلکاکس براون مطمئن بودند که فقرا به‌راحتی توسط دستفروشان یا مغازه‌داران فریب می‌خورند تا «لوازم تزئینی» یا اقلام «بی‌فایده» مشابه بخرند. حدود دو دهه بعد، کارشناسان اجتماعی برجسته مانند سوفونیزبا برکینریج هنوز نگران ناکارآمدی مالی زنان بوهیمیایی مهاجر بودند که «بی‌پروا» خرید می‌کردند، و برای جواهرات و هر چیزی که در فروشگاه‌های محله برای فروش می‌بینند پول خرج می‌کردند. یا، مانند فلورانس نسبیت، کارشناسان به تلاشی که اغلب برای متقاعد کردن گیرندگان کمک مادران برای چشم‌پوشی از برخی «اسراف‌های مورد علاقه» مانند برنج پف‌کرده یا

ژامبون آب‌پز به منظور خرید رژیم غذایی سالم‌تری از سبزیجات یا میوه برای خانواده‌هایشان لازم بود، توجه داشتند.

موضوع این نیست که آیا انتخاب‌های رژیم غذایی کارشناسان خانگی واقعاً سالم‌تر از وعده‌های غذایی تهیه‌شده توسط زنان خانه‌دار فقیر بود، یا اینکه آیا بودجه‌های لباس یا برنامه‌های کلی مخارج آن‌ها مناسب‌تر بود، بلکه این است که روال مدنظر کارشناسان از یک بودجه منطقی‌تر، کارآمدتر و علمی‌تر، قابلیت یا مشروعیت سیستم‌های جایگزین برای نشانه‌گذاری پول‌ها را پنهان می‌کرد. در واقع، همان‌طور که مورخ دانیل هوروویتز اشاره کرده است، دسته‌بندی‌های مورد استفاده در مطالعات بودجه‌ای اوایل قرن بیستم درباره خانواده‌های فقیر و طبقه کارگر اغلب نمی‌توانستند تجربه واقعی سوژه‌هایشان را منعکس کنند. مطالعه تأثیرگذار رابرت سی. چاپین در سال ۱۹۰۹ درباره خانواده‌های کارگری در شهر نیویورک، برای مثال، مشارکت‌های آن‌ها در جوامع داوطلبانه را تحت بیمه و همچنین تفریح طبقه‌بندی کرد، اگرچه چاپین اذعان داشت که «مخارج برای تفریح گاهی از حق عضویت و پرداخت‌ها به جامعه متمایز نمی‌شود». الکل مصرف‌شده در خانه به‌عنوان غذا فهرست شد، در حالی که در واقع اغلب برای اهداف دارویی یا تفریحی استفاده می‌شد، در حالی که آب‌نبات، آب گازدار و بستنی به‌عنوان تجملات برچسب‌گذاری شدند، طبقه‌بندی‌ای که، همان‌طور که هوروویتز پیشنهاد می‌کند، احتمالاً توسط «کودکانی که در تابستان‌های گرم در آپارتمان‌های تنگ زندگی می‌کردند» مورد مناقشه قرار می‌گرفت.

البته، دو سیستم نشانه‌گذاری همیشه در تعارض نبودند. بانک‌های پنی پراویدنس با افتخار گزارش می‌دادند نه تنها وقتی یکی از سپرده‌گذارانشان واقعاً هدف جامعه برای باز کردن یک حساب پس‌انداز را برآورده کرده بود یا خانه‌ای خریده بود، بلکه وقتی سپرده‌گذاران از پول خود برای کالاهای مصرفی «ارتقاءدهنده» اجتماعی استفاده می‌کردند: برای مثال، پسری که پس از کشف بانک پنی، تشویق شد مقداری پول با انجام کارهای کوچک به دست آورد تا زمانی که به اندازه کافی برای خرید یک دست لباس جدید پس‌انداز کرد و کار منظمی پیدا کرد «که قبلاً به دلیل لباس‌های پاره‌اش نمی‌توانست به دست آورد.» یا آن‌ها به کودکی اشاره می‌کردند که پس از تعطیلات تابستانی «هوای تازه»، آن‌قدر از «تخت تمیز و

بالش‌های نرم» تحت تأثیر قرار گرفته بود که مادرش به اندازه کافی پس‌انداز کرد تا یک تخت بخرد، «و بدین ترتیب یک قدم بزرگ در اصلاح وسایل مورد نیاز در خانه‌های آپارتمانی ما برداشت.» سازمان‌دهندگان پنی پراویدنس همچنین از خانواده‌های بسیاری که «با کشف پول کودکان روی کارت تمبر از اخراج جلوگیری کرده بودند» تعریف می‌کردند. یا از نوع دوستی الهام‌گرفته‌شده توسط سیستم پس‌انداز صحبت می‌کردند، مانند مورد دو برادر ۸ و ۱۰ ساله که توضیح دادند تا زمانی که به اندازه کافی برای خرید دندان برای مادرشان پس‌انداز نکنند، برای خودشان پولی خرج نمی‌کنند؛ او فقط پنج دندان داشت.

در حقیقت، رهبران پنی پراویدنس، همراه با دیگر کارشناسان خیریه، زمانی تأیید می‌کردند که فقرا پول خود را برای خریدهای «مفید»، آموزشی، یا اجتماعی و اخلاقی ارتقاءدهنده خرج می‌کردند - حمایت از اقتصاد خانواده با پرداخت هزینه سوخت یا اجاره، خرید کفش، کلاه، کتاب یا دارو، و گاهی کمک به کلیسا. تا دهه ۱۹۲۰، احتمالاً با بازتاب افزایش اعتبار و محبوبیت پیانوها و گرامافون‌ها در میان خانواده‌های طبقه کارگر، هر دو مورد توسط مدیران مستمری‌های مادران در مجموعه کالاهای مصرفی مشروع با شرایط خاصی برای فقرا گنجانده شدند. برای مثال، در شهرستان وین، میشیگان، خرید «گرامافون‌های ارزان» به‌عنوان «ابزاری برای ترویج اتحاد خانوادگی» تشویق می‌شد؛ از سوی دیگر، پرداخت‌ها برای پیانوها «ممنوع نبود اگر از قبل پرداخت شده باشند.» برخی حوزه‌ها خرید «آلات موسیقی ارزان... به‌عنوان وسیله‌ای برای سرگرمی خانگی» را تشویق می‌کردند، اما تنها اگر پول از درآمد یک کودک شاغل تأمین شود. همچنین، رهبران مستمری مادران روز به روز بیشتر وجوه را برای یارانه «اردوهای تابستانی» خرج می‌کردند و مادران و کودکان را برای یک یا دو هفته به کمپ‌های تعطیلات تابستانی می‌فرستادند.

در تلاششان برای شکل‌دهی به اقتصاد خانگی، کارشناسان خیریه اغلب به همکاران زن خانه‌دار فقیر تبدیل می‌شدند. در نظر بگیرید که چگونه این کارشناسان قرن نوزدهمی به‌طور منظم در کنار همسر علیه شوهرانی که گمان می‌رفت درآمد خانواده را برای مشروب یا قمار هدر می‌دادند، می‌ایستادند. به بازدیدکنندگان دوستانه به‌طور خاص دستور داده می‌شد که بررسی کنند آیا واقعاً شوهران «بخش نامتناسبی از درآمدشان را نگه می‌دارند.»

همچنین ممکن است خود زنان سیستم‌های نشانه‌گذاری رسمی را در مبارزاتشان علیه شوهران بر سر تخصیص و کنترل پول‌های خانگی مفید یافته باشند.

استراتژی‌های متعددی را که زنان برای به دست آوردن کنترل بر بخشی از دستمزد شوهرشان استفاده می‌کردند، به یاد بیاورید، از دزدیدن سکه از شلوار مردان تا مخفی کردن خریده‌ها یا درآمدها. صندوق‌های پس‌انداز ویژه قرن نوزدهمی، بانک پنی پراویدنس، یا بعداً حساب کلوپ کریسمس و حتی بودجه بازرس خانوادگی، بدون در نظر گرفتن محدودیت‌هایشان، به زنان خانه‌دار مکانیزمی جایگزین برای جداسازی پول‌ها برای مخارج مختلف ارائه می‌داد - چیزی برای خانه، لباس جدید، هدیه کریسمس، یا کمک به کلیسا. به هر حال، این زنان بودند که با جمع‌آوری‌کنندگان صندوق پس‌انداز که به خانه‌هایشان می‌آمدند ملاقات می‌کردند، و معمولاً زنان بودند که درباره بودجه با بازرس خیریه مذاکره می‌کردند. در واقع، رئیس کل پست صراحتاً یکی از مزایای بانک‌های پس‌انداز پستی را تبلیغ کرد که «یک زن متأهل می‌تواند حسابی باز کند که از دخالت شوهرش آزاد باشد.» حتی مستمری‌های مادران، با وجود مبالغ ناچیز اعطا شده و نظارتی که در بر داشت، به زنان اجازه می‌داد تا درجه جدیدی از اختیار بر پول خانگی داشته باشند. حداقل یک مطالعه نشان می‌دهد که مستمری‌ها ممکن است در واقع برای برخی زنان بیوه درآمد بیشتری نسبت به دستمزد شوهر مرحومشان فراهم کرده باشد.

مرگی شایسته

وقتی نوبت به خرج کردن پول برای بیمه خاکسپاری و دیگر آمادگی‌ها برای مرگ می‌رسید، خطوط بین کارشناسان اجتماعی و فقرا، بدون توجه به جنسیت، کاملاً مشخص بود. در واقع، معمولاً زن خانه‌دار بود که، با وجود مخالفت بازرسان خیریه، موفق می‌شد چند سنت از پول خانگی را کنار بگذارد تا به مأمور بیمه که در دور هفتگی خانه‌به‌خانه‌اش می‌آمد، پرداخت کند. کارشناسان خیریه تشخیص دادند که پول بیمه یک اولویت بی‌چون‌وچرا در بودجه‌های فقرا بود. ادوارد تی. دواين مشاهده کرد: «هرچند ایده بیمه خاکسپاری ممکن

است برای کسانی که در شرایط راحت‌تری هستند ناخوشایند باشد، ممکن است اگر اقلامی که باید برای آن‌ها تأمین بودجه شود به ترتیب اهمیت‌شان برای اکثریت فقرا در شهرهای بزرگ مرتب شوند، یکی از ویژگی‌های غیرمنتظره چنین جدولی این باشد که پیش از غذا و سرپناه، تأمین هزینه خاکسپاری قرار گیرد».

مطالعات اوایل قرن بیستم درباره بودجه‌های طبقه کارگر تأیید کردند که یک خاکسپاری شایسته به چنان «بخشی ضروری از استاندارد زندگی آمریکایی» تبدیل شده بود که حتی فقیرترین خانواده‌های طبقه کارگر حاضر بودند «اخراج شوند یا بدون غذا، لباس یا سوخت بمانند تا بیمه را حفظ کنند.» در واقع، مطالعه‌ای از حدود ۳,۰۰۰ خانواده طبقه کارگر شیکاگو که در سال ۱۹۱۸ توسط کمیسیون بیمه سلامت ایلینوی انجام شد، نشان داد که تقریباً ۸۲ درصد از خانواده‌ها نوعی بیمه عمر داشتند.

قطعاً تا اواخر قرن نوزدهم، مردان طبقه متوسط نیز به‌طور معمول زندگی خود را بیمه می‌کردند تا از رفاه همسران و فرزندانشان محافظت کنند. اما فقرا بیمه را برای پرداخت هزینه خاکسپاری شایسته می‌خریدند، نه برای یارانه دادن به بازماندگان‌شان. از سال ۱۸۷۵، شرکت‌های بیمه صنعتی با فرستادن مأموران خود به خانه‌های فقرا، صنعت را متحول کردند و بیمه‌ای مقرون‌به‌صرفه نه تنها برای شوهران، بلکه برای همسران و فرزندانشان ارائه کردند. جوامع برادرانه و گروه‌های کمک متقابل نیز محافظت در برابر مرگ ارائه می‌کردند؛ اما روش‌هایشان ناپایدار بود و منجر به شکست‌های مکرر و کمک محدود به خانواده‌های داغدار می‌شد. برای ۵ تا ۱۰ سنت در هفته، یک بیمه‌نامه صنعتی یک مراسم خاکسپاری آبرومند را تضمین می‌کرد. و مشتریان زیادی مشتاق پرداخت بودند؛ تا سال ۱۸۹۵، ۲۶۸ میلیون دلار بیمه در ایالات متحده فعال بود.

کارگران خیریه از «موفقیت چشمگیر» مأموران بیمه ناراضی بودند؛ آن‌ها از نفوذ تهاجمی فروشندگان بیمه به اقتصادهای خانگی فقرا انتقاد کردند، به‌ویژه از آنجا که بسیاری از بیمه‌شدگان ظاهراً هزینه مراسم خاکسپاری خود را پرداخت می‌کردند در حالی که با کمک زندگی می‌کردند. داستان‌هایی از خانواده‌هایی که برای «نان روزانه» به خیریه‌ها وابسته

بودند روایت می‌شد که پس از مرگ، «ناگهان به نمایش مراسم خاکسپاری ای می‌پردازند که حامیان‌شان احتمالاً آن را برای خودشان بیش از حد پرهزینه می‌دانستند.» کارشناسان خیریه می‌پرسیدند چه چیزی می‌تواند بودجه‌بندی منحرف والدینی را که برای غذا و لباس فرزندان‌شان به سازمان‌های کمک وابسته بودند، اما پول کافی برای بیمه کردن زندگی فرزندان‌شان پیدا می‌کردند، توجیه کند؟ با متقاعد کردن خانواده‌ها به نشانه‌گذاری پولشان برای خاکسپاری شایسته، مأموران بیمه به‌طور خطرناکی بازسازی مالی فقرا را خراب می‌کردند. کارگران خیریه شکایت داشتند که مأموران با «داستان‌های موزیانه» خود، «منبع دائمی تخلیه منابع خانواده» بودند.

فروش بیمه رقیب فعالیت کارشناسان خیریه‌ها شده بود؛ در حالی که کارشناسان خیریه‌ها یا «بانوان بانک» پنی پراویدنس از نفوذ شخصی خود برای بازسازی اقتصادهای خانگی وابستگان فقیر استفاده می‌کردند، مأموران بیمه انتخاب‌های اقتصادی آن‌ها را فاسد می‌کردند و پول‌های زندگی را به پول مرگ بی‌فایده تبدیل می‌کردند. کارشناسان خیریه به یادآوری اشاره کردند که «هر هزینه‌ای را کاهش دهید، اما بیمه خود را حفظ کنید» که روی پاکت حاوی دفترچه رسید بیمه نوشته شده بود، و به مادر دستور داده شده بود آن را به دیوار بچسباند «تا همیشه در معرض دید باشد.» در برابر اعتراضات صنعت که آن‌ها نیز پول فقرا را «پس‌انداز» می‌کنند با هدایت آن به یک بیمه‌نامه که در غیر این صورت برای «آبجو یا روبان» خرج می‌شد، کارشناسان خیریه با سناریوهای خانگی تأثیرگذار مقابله کردند، مانند پول بیمه‌ای که «روی قفسه در انتظار [مأمور] دیده می‌شد در حالی که حتی یک تکه نان در خانه نبود.» یا از خانواده‌ای گفتند که یک روز خاص در هفته صبحانه را حذف می‌کردند «چون مأمور در آن روز می‌آمد و پول صبحانه باید به او داده می‌شد.» کارگران خیریه همچنین از مواردی گزارش دادند که کودکان برای پرداخت حق بیمه به گدایی فرستاده می‌شدند؛ از خانواده‌هایی که در «کثیف‌ترین و ناسالم‌ترین» شرایط زندگی می‌کردند اما بیمه کافی برای یک مراسم خاکسپاری مفصل برای یکی از اعضای خود داشتند.

البته، مقامات خیریه در اوایل قرن آگاه بودند که مأموران بیمه تنها رقبای آن‌ها نبودند. میخانه‌داران، مشتریان رهن اموال، گروفروشان، و همچنین کسب‌وکارهای قسطی، به‌طور

مشابه به عنوان «دشمنان موذی» فقرا نام‌گذاری شدند که چند سنت آن‌ها را برای مخارج نادرست یا نامناسب طلب می‌کردند. کارشناسان خیریه تشخیص دادند که بیمه صرفه‌جویی برای خاکسپاری را تشویق می‌کرد و وابستگی به خاکسپاری‌های یارانه‌ای عمومی را کاهش می‌داد. و پس‌انداز برای یک مرگ شایسته مطمئناً بهتر از خرج کردن برای مشروب، یا برای برخی لوازم تزئینی بی‌فایده بود. در واقع، بانک‌های پنی پراویدنس با تحسین گزارش می‌دادند وقتی یکی از سپرده‌گذارانشان پولی را برای تعمیر قبر پدر کنار می‌گذاشت، یا وقتی پس از مرگ یک کودک، والدین پس‌انداز می‌کردند تا سنگ قبر بخرند یا قبر را مرتب نگه دارند.

پس چرا مبارزه علیه بیمه صنعتی؟ بخشی از این موضوع به کنترل مربوط می‌شد؛ پول‌های بیمه از شبکه نظارتی کارشناسان خیریه خارج می‌شدند. با پرداخت حق بیمه، فقرا حق یارانه دادن به نسخه خودشان از یک «مرگ خوب» را خریداری می‌کردند، و به روش‌هایی خرج می‌کردند که اغلب شیوه‌های طبقه متوسط از یک مراسم خاکسپاری مناسب را نقض می‌کرد. علیرغم ناامیدی کارشناسان خیریه، حق بیمه مستقیماً و تقریباً به‌طور انحصاری به هزینه‌های مراسم خاکسپاری تبدیل می‌شد، نه تنها برای یک «تابوت پرهزینه» بلکه گاهی برای یک «کاروان تأثیرگذار» از کالسکه‌ها (از جمله یک کالسکه ویژه برای نمایش گل‌ها) و گاهی یک گروه موسیقی برای هدایت مراسم پرداخت می‌شد. اگر پولی باقی می‌ماند، برای لباس‌های عزا خرج می‌شد.

در واقع، برخی کارشناسان خیریه یک «تعصب احساسی قوی» را، به‌ویژه در میان آلمانی‌ها، ایرلندی‌ها و ایتالیایی‌ها، علیه استفاده از پول بیمه برای هر چیزی جز هزینه‌های مراسم خاکسپاری مشاهده کردند. خرج کردن این «پول خون»، همان‌طور که گاهی نامیده می‌شد، برای مخارج معمولی خانواده ظاهراً به‌عنوان عملی «بی‌رحمانه» تلقی می‌شد، مانند «جمع کردن سنت‌ها از چشمان مرده». در میان یهودیان ارتدوکس، نشانه‌گذاری پول بیمه تا حدی توسط قوانین آیینی که یک مراسم خاکسپاری ساده را دیکته می‌کرد، تغییر یافت؛ هزینه کمتری برای خاکسپاری صرف می‌شد، و به گفته یک کارمند خیریه نیویورک، برخی بیوه‌ها باقی‌مانده بیمه را به‌عنوان جهیزیه برای ازدواج دوم پس‌انداز می‌کردند. با این حال،

همان‌طور که ایروینگ هاو توصیف می‌کند، در میان یهودیان مهاجر فقیر در اواخر قرن نوزدهم، مراسم خاکسپاری «سریع، انفجاری و با باقی‌مانده‌ای بزرگ از صورت‌حساب‌ها» بود. تا سال ۱۹۱۱، خیریه‌های عبری متحد به اندازه کافی نگران سوءاستفاده از پول بیمه (از جمله مزایای جمع‌آوری‌شده از سازمان‌های برادرانه و جوامع کمک متقابل) بودند که یک کمیته ویژه برای ارائه مشاوره مالی به بیوه‌ها تشکیل شد.

برای ناظران طبقه متوسط، پول‌های مرگ نوعی مصرف‌گرایی غیرقابل درک را نشان می‌داد، و یک هزینه مقدس را به یک اسراف کفرآمیز تنزل می‌داد. در واقع، چه چیزی می‌توانست تلاش‌های بودجه‌بندی منطقی خیریه‌ها را بیش از این پول‌های خاکسپاری صرفاً نمادین که به‌طور انحصاری برای نمایش اجتماعی و آیینی نشانه‌گذاری شده بودند، به سخره بگیرد؟ نه تنها پول‌های مفید برای یک هزینه ظاهراً بی‌فایده هدر می‌رفت، بلکه بدتر از آن، پس از پایان مراسم خاکسپاری، داغدیدگان اغلب مجبور می‌شدند به دنبال کمک خیریه باشند.

واقع این است که کارمندان خیریه هم نسبت به اهمیت ویژه خاکسپاری شایسته در میان فقرا بی‌تفاوت نبودند. جین آدامز مشاهده کرد که چگونه، پس از مرگ یک کودک، «جایگاه اجتماعی» یک مادر با دیگر زنان محله به عزاداری «از نوع و کیفیت خاصی» بستگی داشت. یک خاکسپاری غیر آبرومند با قطع آخرین رشته احترام‌پذیری، خانواده را برای همیشه از جمع آن‌ها طرد می‌کرد. به همین دلیل بود که، همان‌طور که یک راهنمای بازرسین خیریه توضیح داد، ترس از خاکسپاری فقرا در میان فقرا بسیار بیشتر از «ترس از وابستگی یا محرومیت» بود.

مطالعه‌ای از یک منطقه آپارتمانی در غرب نیویورک در اوایل دهه ۱۹۰۰ از «ترس خانواده‌های ایرلندی و آلمانی از یک جعبه کاج ساده و کفن ارزان و استراحت در جزیره هارت» صحبت کرد، که بیمه عمر را به «ضرورتی» تبدیل می‌کرد. بازرس نتیجه گرفت که «نمایش مراسم خاکسپاری» معیار مهمی برای جایگاه اجتماعی بود که «همه چیز برای جلوگیری از خاکسپاری فقرا فدا می‌شد.» به او گفته شد که یک مادر می‌خواهد «پسر مرده‌اش را به خوبی پسر هر مرد ثروتمندی دفن کند.» حتی در مورد همسری که فکر نمی‌کرد شوهرش

شایسته آن باشد، پول بیمه برای یک «مراسم بزرگ» خرج شد، زیرا «همسایه‌ها اگر او یک "چیدمان خوب" برایش فراهم نکند، حرف می‌زدند».

وقتی پول بیمه‌ای برای پرداخت یک خاکسپاری خصوصی وجود نداشت، فقرای بسیار فقیر استراتژی‌هایی برای کاستن از تحقیرآمیزی مراسم خاکسپاری یارانه‌ای عمومی پیدا کردند. برای مثال، گزارش هارتفورد در سال ۱۸۹۱ درباره کمک‌های خارجی کشف کرد که تعداد کمی از خاکسپاری‌های «فقرا» مراسم خاکسپاری‌های «واقعی» مجاز توسط شهر بودند که به حداکثر کمک ۱۳ دلاری محدود می‌شدند؛ دوستان یا بستگان ما به التفاوت را نه تنها برای یک تابوت بهتر، بلکه در برخی موارد برای یارانه دادن به کالسکه‌ها، گل‌ها، سرگرمی‌ها و خدمات مذهبی پرداخت می‌کردند.

به همین ترتیب، در شیکاگو، جایی که خاکسپاری‌های شهرستانی «دیرهنگام و بی‌رحمانه» کمی بیش از یک دلار هزینه داشت، دوستان اغلب مراسم خاکسپاری برای خویشاوندان فقیرشان فراهم می‌کردند. مطالعه‌ای درباره خانواده‌های آپارتمانی در نیویورک گزارش داد: «اگر همسایه‌ها بشنوند که قرار است خاکسپاری فقرا برگزار شود، یکی از آن‌ها برای جمع‌آوری کمک می‌رود و مبلغ مورد نیاز به‌زودی جمع می‌شود».

وقتی نوبت به مرگ می‌رسید، پول‌های خیریه نه تنها ناکافی بودند، بلکه عمیقاً تحقیرآمیزتر از پول‌های خصوصی بودند. توماس و زنایتسکی به «نفرت بی‌چون‌وچرای» مهاجر لهستانی از خاکسپاری شهری اشاره می‌کنند؛ آن‌ها به ما می‌گویند که زن جودزیویچ «ترجیح می‌دهد برای مراسم خاکسپاری فرزندش گدایی کند تا اینکه اجازه دهد مراسم توسط یک نهاد برگزار شود.» کمک خیریه ممکن بود برای هزینه‌های زندگی قابل قبول باشد، اما برای مرگ خیر؛ توماس و زنایتسکی توضیح می‌دهند که نه تنها یک خاکسپاری خیریه فقرای محترم را به‌عنوان فقیر علامت‌گذاری می‌کرد، بلکه این کار را به‌صورت عمومی انجام می‌داد و «موضوع شایعه عمومی» می‌شد. بنابراین، پول بیمه جایگزین پرداخت‌های خیریه‌ای شد که از نظر اخلاقی آلوده بودند. به‌طور قابل توجهی، گزارشی از نماینده خیریه‌های وابسته کلیولند در سال ۱۹۱۹ پیشنهاد کرد که در بسیاری از موارد، خویشاوندان خانواده‌های فقیر

که تمایلی به کمک به خویشاوندان نیازمند خود نداشتند، «می‌توانند متقاعد شوند که مسئولیت [حق بیمه] را بر عهده بگیرند.»

در حالی که کارشناسان خیریه اهمیت اجتماعی پول‌های مرگ را برای فقرا تشخیص می‌دادند، اما همچنان متقاعد بودند که با آموزش مناسب می‌توان تقدم حسابداری غیرمنطقی‌ای هزینه‌های احساسی مرگ بر نیازهای روزانه را تغییر داد. سرمقاله‌ای در «مجله خیریه‌ها» اظهار داشت: «اینکه آیا فقرا باید مراسم خاکسپاری پرهزینه یا ساده‌ای داشته باشند، شاید در درجه اول یک مسئله آموزشی باشد.» بخشی از وظیفه، محافظت از مشتریان در برابر مهارت فروشندگی مأموران بیمه و همچنین متصدیان مراسم خاکسپاری کارآفرین بود. از کارشناسان خیریه خواسته می‌شد تا با استفاده از روش‌های صنعت برای جلب مشتری علیه خودشان، تجارت مأموران بیمه را تضعیف کنند و فقرا را متقاعد کنند که بیمه خود را لغو کنند و «آن مقدار ناچیز را برای زندگی استفاده کنند، به جای اینکه آن را به مأمور برای خاکسپاری بدهند.»

اگرچه تا سال ۱۹۰۹ سخنگوی برجسته بیمه پیشنهاد همکاری صنعت در آموزش فقرا «به مطلوبیت عدم اسراف و نبود نمایش و شکوه در خاکسپاری عزیزانشان» را داد، اما مؤسسات خیریه همچنان متقاعد بودند که بیمه صنعتی «اسراف و نمایش بی‌فایده در مراسم خاکسپاری» را ترویج می‌دهد.

همان‌طور که دیدیم، کارشناسان خیریه همچنین درک می‌کردند که مراسم خاکسپاری «اسراف‌آمیز» صرفاً اختراع بازاریابی نبود، بلکه محصول یک «احساس عمیقاً توسعه‌یافته» بود. بنابراین، جین آدامز استدلال کرد که ضروری است «ایده‌آل‌های اجتماعی» و هنجارهای ریشه‌دار شکسته شوند. و چه کسی بهتر از کارشناسان خیریه برای «آگاه کردن فقرا در موضوع خاکسپاری‌ها»؟ از آنجا که آن‌ها فرض می‌کردند بیمه‌شدگان به اندازه کسانی که «از انگیزه‌های بی‌طرفانه، سعی در تنظیم مخارجشان دارند» در قضاوت درباره بودجه‌بندی خود شایسته نیستند. کارگران خیریه می‌توانستند به‌حق به آن‌ها نشان دهند که چگونه پول‌هایشان را منطقی‌تر تخصیص دهند. به فقرا باید آموزش داده می‌شد که ابتدا «به جای

تلاش برای زمان پس از مرگ که دیگر زنده نیستند، مانند نیازهای طبیعی و معمولی مثل نیاز به هوای تازه در تابستان... غذای مغذی‌تر در زمان بیماری» را تأمین کنند. آن‌ها باید درک می‌کردند که «غرور کاذب برای به شوآف در محله» نباید باعث شود که «نیازهای کنونی یک کودک زنده» را برای تأمین «یک مراسم خاکسپاری شایسته» نادیده بگیرند. و فقرا باید می‌دیدند که هیچ مزینی برای فقیر مستقر در خانه سالمندان نیست که بخواهد مدعی شود «من خودم دفترچه بیمه دارم و نیازی به کمک یارانه‌ای ندارم»، و همین‌طور مزیتی در پرداخت بیمه برای خانواده‌ای که «کمک خارجی دریافت می‌کند... تا اقلام مورد نیاز هفتگی را تأمین کند» وجود ندارد. بالاتر از همه، همان‌طور که یک سخنران در کنفرانس ملی خیریه‌ها و اصلاحات در سال ۱۹۰۹ بیان کرد، لازم بود «یک خاکسپاری آبرومندانه و غیر نمایشی را باید به افراد نشان داد».

تلاش‌های کارگران خیریه برای منطقی کردن هزینه‌های خاکسپاری فقرا تا چه حد موفق بود؟ تا سال ۱۹۱۴، گزارشی که توسط انجمن نیویورک برای بهبود وضعیت فقرا منتشر شد، اشاره کرد که پرداخت حق بیمه برای بیوه‌های مستمری‌بگیر به مشکلی تبدیل شده است که «درباره آن اختلاف نظر زیادی وجود دارد». از سوی خود AICP، اگرچه بیمه کودکان را تشویق نمی‌کرد، همچنان بیمه‌نامه‌های خانواده را پرداخت می‌کرد. همان‌طور که سرپرست بخش اقتصاد خانگی آن چند سال بعد توضیح داد، «مشخص شد... که مردم آن‌قدر به اطمینان از یک خاکسپاری آبرومندانه پایبند هستند» که «هیچ‌کس دلش نیامد» پرداخت‌ها را متوقف کند. در کنفرانس ملی خیریه‌ها و اصلاحات در سال ۱۹۱۹، معضل اینکه آیا باید حق بیمه را برای خانواده‌های کمک‌بگیر پرداخت کرد یا آن‌ها را مجبور به لغو بیمه کرد، هنوز مورد بحث بود. خیریه‌های وابسته میلوکی تصمیم گرفت بیمه را در بودجه‌های خانوادگی خود لحاظ کند «چون احساس می‌شود خانواده‌ها حتی اگر بدون غذا بمانند، بیمه را پرداخت خواهند کرد». مستمری‌های مادران نیز در کمک‌هزینه‌های بیمه متفاوت بودند، و تنها برخی ایالت‌ها حق بیمه را در بودجه‌های خود گنجانده بودند.

با این حال، تا دهه ۱۹۲۰، ادعاها برای بیمه خاکسپاری مشروعیت غیرمنتظره‌ای به دست آورد. اگرچه برخی کارشناسان همچنان معتقد بودند که بیمه بیشتر یک «عادت کورکورانه»

است تا یک «عادت اجتماعی سازنده»، اما دیگر کارشناسان اجتماعی برجسته استدلال قوی‌ای برای گنجاندن حق بیمه در بودجه‌های خانواده‌های کمک‌بگیر ارائه کردند. با تکیه بر منطق مصرف‌گرایانه برای کمک نقدی، یکی از حامیان آن توضیح داد که پرداخت‌های بیمه برای کاهش تفاوت‌ها بین خانواده‌های وابسته و همسایگانشان ضروری است. و به‌وضوح، یک «استاندارد محله‌ای در مراسم خاکسپاری وجود داشت که باید به آن نزدیک شد، مگر اینکه خانواده‌های ما تحقیر شوند و آبرویشان را از دست بدهند».

به همین ترتیب، یک مطالعه ملی درباره کمک نقدی خصوصی توصیه کرد که به خانواده‌های وابسته «مبلغی کافی داده شود تا آن‌ها را در برابر... مرگ بیمه کند.» هرچند این هزینه برای جامعه پرهزینه بود، اما با توجه به اهمیت یک «خاکسپاری آبرومند» برای خانواده‌های فقیر و «تأثیری که دفن اعضای خانواده ایشان توسط دولت بر غرور و اخلاق آن‌ها دارد»، توجیه می‌شد. به‌طور قابل توجهی، خانم C، بیوه ایتالیایی که قبلاً بحث شد، ۵.۲۵ دلار از درآمد خیریه ماهانه خود را برای پرداخت بیمه خاکسپاری برای خود و شش فرزندش اختصاص داد. تا سال ۱۹۳۳، کتاب *سال کار/اجتماعی* هنوز تنوع قابل توجهی در سیاست‌های آژانس‌های اجتماعی درباره بیمه خانواده‌های وابسته گزارش می‌داد. با این حال، یک مطالعه بزرگ از حدود ۶,۰۰۰ خانواده نشان داد که بیمه عمر توسط بخش بزرگی از مشتریان آژانس‌های رفاه خانوادگی پرداخت می‌شد.

به‌وضوح، مأموریت تنظیم اقتصادهای فقرا یک فرآیند ساده برای اعمال استانداردهای بودجه‌ای طبقه متوسط نبود. فقرا در واقع برخی از مفاهیم کارشناس خیریه درباره خرج کردن مناسب را پذیرفتند، اما همچنین با سرسختی، و گاهی با سرکشی، در حفظ مقداری کنترل بر کیف پول خودشان پایداری کردند، حتی وقتی پول متعلق به خودشان نبود. وقتی نوبت به مرگی شایسته می‌رسید، خانواده‌های فقیر در برابر دستورات کارشناسان اجتماعی مقاومت کردند و راه‌هایی برای یارانه دادن به آیین‌های معنادار خود پیدا کردند. اصرار آن‌ها نتیجه داد؛ تا دهه ۱۹۲۰، بودجه خانگی کارشناسان اجتماعی اغلب پول‌های مرگ را به اندازه هزینه‌های زندگی جدی می‌گرفت.

رقابت ادامه دارد

فقرا ممکن است در رقابت بر سر پول خاکسپاری پیروز شده باشند. با این حال، تا اواخر دهه ۱۹۲۰، کارشناسان اجتماعی روز به روز اطمینان بیشتری پیدا کردند که استراتژی «کمک نقدی تحت نظارت» آژانس‌های خیریه با موفقیت در حال بازسازی اقتصادهای خانگی مشتریان‌شان است و «آرزو برای چیزهای بهتر» را بیدار می‌کند. کارشناسان اجتماعی برجسته امیدوار بودند که تنها مسئله زمان است تا کمک نقدی به‌طور گسترده توسط آژانس‌های عمومی نیز پذیرفته شود.

رکود بزرگ به‌طور ناگهانی بنگاه خیریه این کارشناسان اجتماعی را ورشکسته کرد؛ با افزایش درخواست‌ها برای کمک، صف‌های نان، آشپزخانه‌های خیریه، انبارها و سفارش‌های مواد غذایی گسترش یافت، در حالی که کمک نقدی به‌سرعت خشک شد. آژانس‌های خصوصی نه تنها از بودجه، بلکه از زمان برای نظارت صحیح بر تصمیمات بودجه‌ای مشتریان‌شان یا حتی ارزیابی «تمایل آن‌ها به خرج کردن پول به‌صورت عاقلانه» خالی شدند. یک کارشناس اجتماعی در سال ۱۹۳۲ توضیح داد که برای آژانس اجتماعی، کمک غیرنقدی «به یک جایگزین غیرمستقیم برای آموزش در اقتصاد خانگی و شناخت مشتریان» تبدیل شد.

وقتی هری هاپکینز، یک کارشناس اجتماعی پیشرو، در سال ۱۹۳۳ به‌عنوان مدیر «اداره کمک اضطراری فدرال (FERA)» منصوب شد، متخصصان کار اجتماعی انتظار بازگشت احتمالی به کمک نقدی را داشتند. و در واقع، تحت رهبری هاپکینز، کمک‌های نقدی در بسیاری از جوامع سراسر کشور جایگزین سفارش‌های مواد غذایی و انبارها شد. اما FERA همچنین در بزرگ‌ترین تلاش کشور برای توزیع کالاهای مازاد مشارکت کرد و کمک غیرنقدی را به یک شکل قابل مشاهده، گسترده کرد. روش او از منظر عوام و منتقدان روش کمک تحقیرآمیزی به شمار می‌رفت.

با این حال، کارشناسان اجتماعی تسلیم نشدند. در واقع، حمایت آن‌ها از کمک نقدی در دوران رکود به نظر می‌رسید رادیکال‌تر شده است. برای مثال، «درخواست پرشور» دوروتی کان برای کمک نقدی در کنفرانس ملی کار اجتماعی در سال ۱۹۳۳ را در نظر بگیرید. کان، مدیر «هیئت کمک شهرستان فیلادلفیا»، استدلال کرد که پول به گیرندگان کمک «اختیار ویژه‌ای در تأمین نیازهای اساسی برای خانواده‌هایشان» می‌دهد. حتی اگر پول یک هدیه باشد، «قدرت خرید» مستقلی ارائه می‌داد. از سوی دیگر، با جایگزینی دادن قدرت انتخاب به گیرندگان با محدودیت، مصرف‌کننده‌ای را که به شکل شایسته‌ای از پول استفاده می‌کرد، ناتوان می‌نمود. کان ادامه داد: «اگر شما یک سازمان کمک بزرگ باشید، این چیزهایی که به من می‌دهید [یک سبد غذا، یا یک جفت کفش، یا یک لباس] با وزن قدرت شما، انتخاب شما، محدودیت‌های شما سنگین شده‌اند.» بدتر از آن، کمک غیرنقدی نوعی مصرف‌گرایی فاسد را پرورش می‌داد، زیرا فقرا مجبور می‌شدند با مغازه‌دار «تبانی» کنند، تا مثلاً به جای خرید سه قرص نان، نانوا صورت خرید نان را بدهد اما آن‌ها کودکشان را به بیمارستان ببرند.

کمی بعد، مطالعه دانشمند اجتماعی ای. وایت باک درباره گیرندگان کمک در دوران رکود، نگاهی دقیق به الگوهای مبادله و چانه‌زنی خانگی ارائه داد که کمک غیرنقدی را به پول نقد یا به کالاهایی که خانواده‌ها می‌خواستند تبدیل می‌کرد. برای مثال، مغازه‌داران متقاعد می‌شدند که پنیر گران‌قیمت یا سیگار را جایگزین اقلام غذایی مجاز کنند. یا گیرندگان کمک مواد غذایی خود را به همسایگان می‌فروختند، مانند زن خانه‌دار ایتالیایی مبتکری که برای به دست آوردن پول نقد، تمام سفارش‌های مواد غذایی خود را برای خرید ماکارونی و سس گوجه‌فرنگی استفاده کرد و سپس آن‌ها را به همسایگانش فروخت. باک نتیجه گرفت که مردم یک سیستم کمکی را که آن‌ها را از «کارکردهای عادی» مانند خرج کردن پول محروم می‌کرد، دور می‌زدند، زیرا به دنبال راه‌هایی برای «خرج کردن به دلخواه خود» بودند.

کارشناسان اجتماعی استدلال کردند که بهتر است مستقیماً به آن‌ها پول نقد داده شود. در کتاب «کمک نقدی»، جوانا کولکورد، یکی از نیرومندترین و پیگیرترین حامیان کمک پولی، گزارشی درخشان از برنامه‌های آزمایشی کمک نقدی که در سال‌های ۱۹۳۴-۳۵ توسط ادارات کمک اضطراری ایالتی در نه شهر سراسر کشور آغاز شده بود، ارائه داد. البته، کولکورد

اعتراف کرد که تعداد کمی از گیرندگان همچنان پول را نادرست خرج می‌کردند، مانند زنی در نیویورک که «خودش را گرسنه نگه داشت» اما از اولین چک خود برای گرفتن موج دائمی و شامپوی حنا استفاده کرد، یا مردی در پیتسبورگ که پول اجاره را برای بیمه کردن کل خانواده‌اش استفاده کرد. اما کولکورد شواهد قانع‌کننده‌ای ارائه داد که در بیشتر موارد، کمک‌های نقدی نیازهای خانگی را به مراتب مؤثرتر از سفارش‌های مواد غذایی تامین می‌کرد. در نیویورک، جایی که کمک نقدی در سال ۱۹۳۴ برای بازگرداندن «کارکرد عادی» انتخاب و برنامه‌ریزی به خانواده‌های وابسته پذیرفته شد، «دفتر کمک خانگی اضطراری» دریافت که بسیاری از مشتریان، «با به کار بردن خلاقیت و توانایی برنامه‌ریزی»، توانستند «با پول نقد غذای بیشتری برای پولشان به دست آورند» تا با سفارش‌های غذایی، و همچنین آنچه آژانس به‌عنوان «عادات و سلیقه‌های غذایی نژادی» از آن یاد می‌کرد را برآورده کنند. کولکورد از رضایت گیرندگان از اختیاری که پول نقد فراهم می‌کرد گزارش داد. هیئت کمک شهرستان فیلادلفیا مشاهده کرد: پول نقد حتی توسط خود افراد به دست نیامده باشد، باز به ایشان اعتماد و جاه‌طلبی می‌دهد. برای برخی مشتریان، پول نقد لذت «خرج کردن گاه به گاه سرخوشانه» را ارائه می‌داد، اما برای اکثر آن‌ها به معنای انتخاب‌های خرید بود: «ما می‌توانیم آنچه می‌خواهیم بخریم و احساس استقلال بیشتری کنیم.» برای یک گیرنده در شهرستان کوک، ایلینوی، چک کمک نه تنها به معنای خرید «دو برابر مواد غذایی... که می‌توانستم با یک سفارش مواد غذایی بگیرم» بود، بلکه به واسطه آن قلک‌های ما هر یکشنبه برای دادن پول خیریه به جعبه جمع‌آوری کلیسا پولی هم ذخیره می‌کرد.

البته، کارشناسان اجتماعی خیریه‌ها از «شایستگی نقدی» قابل تأیید فقرای جدید گفته و به واسطه آن در لابی‌هایشان اعتماد به دست آوردند. آن‌ها استدلال کردند که این‌ها موارد خیریه پیش از دهه ۱۹۳۰ نبودند، بلکه کمک‌گیرندگان جدید «شهروندان عادی‌ای بودند که تنها مشکل اجتماعی‌شان کمبود شغل بود.» قطعاً، تاریخچه گذشته فقرای جدید به‌عنوان خرج‌کنندگان ایمن، آن‌ها را به گیرندگان قابل اعتماد کمک پولی تبدیل می‌کرد. گزارش سال ۱۹۳۳ درباره کمک بیکاری در سانفرانسیسکو خاطرنشان کرد که کمک نقدی «صرفاً یک

دستمزد حداقل برای نگهداری است... که دقیقاً همان مشکلات مخارج را ارائه می‌دهد که [گیرندگان] در طول زندگی اقتصادی خود با آن مواجه بوده‌اند».

تأمین اجتماعی نشانه‌گذاری‌ها را حذف می‌کند

قانون تأمین اجتماعی سال ۱۹۳۵ پولی‌سازی رفاه را یک گام فراتر برد. نه تنها گیرندگان برنامه‌های کمک عمومی جدید دسته‌بندی شده (کمک به سالمندان، کمک به کودکان وابسته، و کمک به نابینایان) قرار بود به جای کمک غیرنقدی یا کوپن‌ها «پرداخت‌های پولی» دریافت کنند، بلکه مهم‌تر از آن، پول نقد فدرال به عنوان یک ارز «بدون شرط و بدون محدودیت» نام‌گذاری شد. «دفتر کمک عمومی» صراحتاً هشدار داد که پرداخت‌های کمک فدرال، که توسط ایالت‌ها مدیریت می‌شد، باید به دلخواه گیرنده خرج شود، بدون هرگونه «جهت‌دهی یا کنترل» توسط آژانس ایالتی.

اصطلاحات جدید تجاری تصادفی نبود. «پرداخت‌های پولی» تأمین اجتماعی قصد داشت حتی لیبرال‌ترین نسخه‌های کمک نقدی را ارتقا دهد. جین ام. هوی، مدیر «دفتر کمک عمومی»، توضیح داد که تا زمانی که پول فقط «برای اهدافی که توسط آژانس تأیید شده خرج شود»، کمک‌های نقدی یک پرداخت واقعی نبودند، بلکه یک «ارفاق» بودند، شبیه به «کمک‌هزینه‌ای که یک والد به فرزندش می‌دهد.» در واقع، با وجود اظهارات مصرف‌گرایانه قوی حامیان کار اجتماعی، بسیاری از برنامه‌های کمک نقدی در دهه ۱۹۳۰ همچنان از گیرندگان می‌خواستند که رسیدهای مخارج خود را نشان دهند.

به بازرسان دستور داده می‌شد که بیانیه کتبی از اقلام تحت پوشش چک کمک ارائه دهند و مشتریان‌شان را ترغیب کنند که «پول را مطابق با اقلام بودجه خرج کنند».

این کمک‌هزینه‌های نقدی، یا «ارز مشروط»، توسط «آژانس تأمین اجتماعی» غیرقانونی اعلام شدند. مشاور عمومی دستیار آژانس توضیح داد که به تعریف، «پرداخت‌های پولی» به معنای یک «پول معتبر و قانونی» بود، و بنابراین «ارائه کالاها و خدمات» را مستثنی

می‌کرد. علاوه بر این، وقتی یک آژانس ایالتی به گیرنده «مبلغ مشخصی پول با شرط صریح یا ضمنی... که این پول... برای خرید کالاها یا خدمات مشخص شده خرج شود» اعطا می‌کرد، این اقدام، به استدلال مشاور، «از نظر قانونی معادل» ارائه مستقیم چنین کالاها و خدماتی به گیرنده بود. بنابراین، برای «دفتر کمک عمومی»، پرداخت‌های نقدی محدود به عنوان پول قانونی واجد شرایط نبودند، و بنابراین الزام قانون تأمین اجتماعی به «پرداخت پولی» را نقض می‌کردند. مشاور آژانس توصیه کرد که تنها زمانی که به گیرنده کمک فدرال اطمینان داده شود که استفاده آزاد و بدون محدودیت پرداخت‌های پولی، برای هر شکل مصرف مورد تمایل، می‌تواند معنای «کمک مالی» داشته باشد.

بنابراین، «دفتر کمک عمومی» یک بازتفسیر انقلابی از حاکمیت مصرف‌کننده فقرا پیشنهاد کرد؛ و آن‌ها آماده بودند با خارج کردن پول نقد خیریه معمولی از گردش، از آن حمایت کنند. یک بخشنامه دفتر اعلام کرد که با نیازمندان باید به عنوان مصرف‌کنندگان معمولی رفتار شود، با همان «آزادی برای انجام فعالیت‌ها از طریق کانال‌های عادی مبادله» که «دوستان، همسایگان و دیگر اعضای جامعه» دارند. به طور خاص، نباید تفاوتی بین رابطه گیرنده با بازرگانان و تأمین‌کنندگان و رابطه دیگر خریداران وجود داشته باشد. گزارش دفتر بیان کرد که فقر نباید شایستگی مصرف‌کننده را مختل کند؛ دفتر تشخیص داد که «مهارت فقرا در مدیریت پول اغلب از مهارت آژانس در مدیریت پول برای آن‌ها پیشی می‌گیرد.» پس چرا باید با یک پول نظارت‌شده محدود شوند؟ پول‌های تحت نظارت به طور غیرمنصفانه‌ای انتخاب آزاد گیرنده از «کالاها و خدماتی که نیاز دارد» را مختل می‌کرد.

البته، این پول‌های فدرال «آزادشده» طراحی شده بودند تا فقط در میان دسته‌های خاصی از گیرندگان سنتی «شایسته گرفتن پول نقد»، یعنی سالمندان، کودکان و نابینایان، گردش کنند. کمک عمومی ایالتی در قالب نقدی نیز افزایش یافت، اما کمک غیرنقدی یا سفارش‌های مواد غذایی هیچوقت جایگزین نشد. تا دسامبر ۱۹۳۷، کمک نقدی در یازده ایالت و ناحیه کلمبیا غالب بود یا به طور انحصاری استفاده می‌شد، در حالی که هفده ایالت هم کمک نقدی و هم غیرنقدی ارائه می‌دادند، و بیست ایالت همچنان فقط کمک غیرنقدی توزیع می‌کردند.

دولت در تلاشش برای ساخت یک روش مبادله ملی واحد، اکنون مایل بود پول‌های کمک فدرال را پولی کاملاً قابل مبادله تبدیل کند. اگر قرار بود فقط یک پول رسمی وجود داشته باشد، هرگونه تمایز بین پول کمک و دیگر درآمدها، از جمله محدودیت‌ها در استفاده از پرداخت‌های کمک، منسوخ می‌شد. در نتیجه، گیرنده حق داشت از پرداخت خود «با همان آزادی که افرادی که درآمدها را از منابع دیگر از جمله دستمزدها، دریافت می‌کنند» استفاده کند. به‌طور قابل توجهی، مشاور عمومی دستیار «آژانس امنیت فدرال» صراحتاً با استناد به مقررات و قانون اساسی که پرداخت دستمزدها را به‌صورت پول قانونی و نه پول محدود شده الزام می‌کرد، بر این نکته تأکید کرد. همان‌طور که دادگاه‌ها تضمین می‌کردند که دستمزدهای کارگر «دارایی‌ای را تشکیل می‌دهد که او حق دارد به دلخواه خود با آن برخورد کند»، و ناتوانی کارفرما را «برای محدود کردن این حق» اعلام می‌کردند، قانون تأمین اجتماعی نیز هزینه‌های بدون محدودیت پرداخت‌های کمک را تضمین می‌کرد.

این ماجرا تنها به یک اظهار نظر متوقف نشد. «دفتر کمک عمومی» قصد داشت این اصول پرداخت پولی را در عمل پیاده کند. مدیران کمک عمومی به‌دقت آموزش داده شدند که چگونه با پول‌های خیریه به‌عنوان یک پرداخت پولی بدون محدودیت برخورد کنند. برای مثال، روش‌های یک آژانس برای اطلاع‌رسانی به گیرندگان از سیاست‌های کمکی‌اش را در نظر بگیرید. دفتر بین مواد اطلاعاتی قابل قبول و بیانیه‌های «دستوری» نامناسب تمایز قائل شد؛ در حالی که انتظار می‌رفت آژانس به گیرنده اطلاع دهد که نیاز چگونه تعیین شده و چگونه مبلغ پرداخت محاسبه شده است، نمی‌توانست به هیچ وجه پیشنهاد کند که «پرداخت به شکل محدود شده و صرفاً برای یک آیتام خاص استفاده خواهد شد»، یا اینکه گیرنده «به دلیل عدم استفاده از پرداخت یا بخشی از آن برای یک هدف خاص، متحمل ضرری خواهد شد.» همچنین هیچ رسیدی برای نشان دادن نحوه استفاده از پرداخت نمی‌توانست درخواست شود.

به‌طور قابل توجهی، به آژانس‌های خیریه همچنین به شدت هشدار داده شد که از هرگونه همکاری با فروشندگان، مانند مغازه‌داران یا صاحبخانه‌ها، خودداری کنند. چنین همکاری‌ای، مثلاً پرداخت مستقیم به فروشندگان، یا مداخله بین گیرنده و طلبکار، ممکن

بود با استفاده گیرنده از پرداختش تداخل کند. آژانس‌ها همچنین از عمل ظاهراً رایج درخواست از گیرنده برای تأیید چک، بازگرداندن بخشی یا تمام پول به آژانس، که سپس صورت حساب‌های گیرنده را پرداخت می‌کرد، منع شدند. توصیه‌های دفتر با تحریم‌هایی پشتیبانی می‌شد. یک آژانس ایالتی ممکن بود به طور یک‌جانبه تصمیم بگیرد که کالاها و خدمات را به جای پول نقد توزیع کند یا به هر شکل دیگری «حق گیرنده به استفاده بدون محدودیت از پرداخت» را محدود کند، اما می‌توانست این کار را با پول‌های خودش انجام دهد؛ این کار به طور خودکار بودجه فدرال را از دست می‌داد. به گفته مشاور آژانس، «هیئت تأمین اجتماعی» مجاز نیست با بودجه فدرال هزینه کالاها و خدمات یا با معادل تطبیق یافته با آنها را به گیرندگان بپردازد؛ هرگونه نقض «کمک‌های بدون محدودیت و بدون شرط»، «انحراف» از قانون تأمین اجتماعی در نظر گرفته می‌شود.

به نظر می‌رسید که تأمین اجتماعی در وادار کردن به پرداخت‌های نقدی بدون محدودیت توفیق یافت؛ رقابت به نظر می‌رسید تمام شده است. «دفتر کمک عمومی» تشخیص داد که پرداخت‌های محدود، تحت عنوان اختیارات خیریه باقی مانده‌اند، به این معنا که آژانس استفاده از آن را هدایت می‌کند. حداقل با برنامه‌های کمک عمومی دسته‌بندی شده، سیستم نشانه‌گذاری خود فقرا اکنون می‌توانست غالب شود. دستورالعمل‌های بوروکراتیک جدید بی‌ابهام بودند: گیرنده باید پول کمک عمومی را «به همان شکلی که او، نه خیریه، تعیین می‌کند که چه چیزی نیازش را بهتر برآورده می‌کند» خرج کند. انتقال‌های پولی جدید هیچ رشته‌ای متصل نداشتند.

بازسازی پول‌های خیریه

سیستم رفاه هنوز کاملاً آماده باز کردن رشته‌های کیف پول خود نبود؛ نشانه‌گذاری پول خیریه ثابت شد که پاک‌نشده است. این به زودی تلاش دفتر را برای حذف تمایزات بین پرداخت‌های کمک و دیگر اشکال درآمد ناکام گذاشت. در واقع، تنظیم‌کنندگان خود قانون تأمین اجتماعی یک مرز ایدئولوژیک و عملی روشن بین مزایای بیمه اجتماعی مشروع‌تر و

پرداخت‌های کمک عمومی ترسیم کردند. درست است که هر دو به صورت نقدی پرداخت می‌شدند، اما پرداخت‌های بیمه اجتماعی به پرداخت برای خدمات نزدیک بود، در حالی که پول‌های کمک یک «بخشش» تحقیرآمیزتر باقی ماندند. اصرار بر الزام آزمون ابزار فردی را در نظر بگیرید که پول‌های کمک را وابسته به تحقیقات گسترده و مزاحم از زندگی مالی گیرنده می‌کرد. «هیئت تأمین اجتماعی» به شدت و مکرراً در برابر هر حرکتی به سمت سیستم کمک‌های ثابت و بدون تبعیض به فقرا توسط ایالت‌های فردی مقاومت کرد. این مقاومت آن قدر قوی بود که وقتی قانون‌گذاری کالیفرنیا در اوایل دهه ۱۹۴۰ طرح درآمد تضمین‌شده برای سالمندان خود را وضع کرد، «هیئت تأمین اجتماعی»، که فاقد اختیار قانونی برای ممنوعیت مستقیم سیاست جدید بود، از ترفند - ادعای «کسری جدی بودجه» در ساختار ایالتی کالیفرنیا - برای توجیه کاهش جدی بودجه فدرال به ایالت استفاده کرد.

وقتی نوبت به استفاده واقعی از پول‌های کمک می‌رسید، «دفتر کمک عمومی» تشخیص داد که آژانس‌های خیریه ایالتی در زمینه توسعه سیاست‌ها، استانداردها و رویه‌هایی برای حفاظت از حق گیرنده به استفاده بدون محدودیت منابع مالی مشکل داشتند. مدیران رفاه ایالتی، که اغلب تحت فشار مغازه‌داران یا صاحبخانه‌هایی بودند که از عدم پرداخت گاه‌به‌گاه صورت‌حساب گیرنده اعتراض می‌کردند، مکرراً از طریق پرداخت مستقیم به فروشندگان یا محدود کردن استفاده گیرنده از پولش به روش‌های دیگر، نیت حذف نشانه‌گذاری‌ها را نقض کردند. برای مثال، یک آژانس کمک عمومی را در اوایل دهه ۱۹۴۰ در نظر بگیرید که از گیرندگان می‌خواست بخشی مشخص از پرداخت‌هایشان را برای خرید کوپن‌های غذا استفاده کنند. کسانی که این کار را نمی‌کردند، کمک‌هایشان به تناسب کاهش می‌یافت.

بنابراین، تلاش برای تبدیل پول نقد تأمین اجتماعی به یک پرداخت پولی بدون علامت، به طور طعنه‌آمیزی به اختراع اشکال جدیدی از نشانه‌گذاری پول‌ها برای فقرا تبدیل شد، از «پرداخت‌های فروشنده» که مستقیماً به ارائه‌دهنده کالاها یا خدمات پرداخت می‌شد؛ تا «پرداخت‌های محافظتی»، که پول به گیرنده دیگری که شایسته‌تر بود فرستاده می‌شد؛ و

شامل پرداخت‌های دوطرفه، که چک‌ها برای گیرنده پست می‌شد اما تنها با تأیید اضافی شخص ارائه‌دهنده کالاها، خدمات یا اقلام خاص قابل مذاکره می‌شد.

تا زمانی که شایستگی شایستگی مصرف‌کنندگان زیر سوال بود، محدود شدن پول‌های کمکی توجیه‌پذیر بود. در واقع، ذیل گفتمان دموکراتیک جدید، که اصرار داشت گیرنده کمک همان حق و مسئولیت شهروندان دیگر را در هدایت امور، مدیریت پولش و ... دارد، همچنان شک به عدم توانایی فقرا برای استفاده درست از پول وجود داشت. تا سال ۱۹۶۲، یک اصلاحیه در قانون تأمین اجتماعی پول‌های محدود جدید را فدرال کرد. برای مثال، برای حفاظت از منافع کودکان، در مواردی که سرپرست کودک «آن‌قدر ناتوان از مدیریت بودجه است»، پرداخت‌های محافظتی کمک به خانواده‌های دارای کودکان وابسته (AFDC) اکنون می‌توانست به اشخاص ثالثی که «به رفاه کودک علاقه‌مند هستند» صادر شود.

مجدداً مربیان اقتصاد خانگی دهه ۱۹۲۰، مطابق قوانین جدید از آژانس خیریه ایالتی می‌خواستند که بزرگسال ناکارآمد را آموزش دهند و برای توسعه توانایی بیشتر اعضای خانواده در مدیریت بودجه به گونه‌ای که از رفاه خانواده محافظت کند؛ تلاش‌های ویژه‌ای انجام دهد. اگرچه در ابتدا پرداخت‌های محافظتی به ۵ درصد خانواده‌های تحت پوشش در ایالت را دربرمی‌گرفت، اما بعد این مقدار به ۱۰ درصد و سپس در سال ۱۹۷۷ به ۲۰ درصد افزایش یافت. تا سال ۱۹۸۱، کنگره هرگونه سقف فدرال را حذف کرد و به ایالت اجازه داد تعداد پرداخت‌های محدود را تعیین کند. بنابراین، اگرچه طبق قانون فدرال یک ایالت هنوز نمی‌تواند بودجه AFDC را برای خرج خاصی محدود کند؛ در عمل مطابق بند «مدیریت نادرست» محدود کردن این پول‌ها را برای فقرای ناکارآمد توجیه می‌کرد. تا سال ۱۹۸۲، همه ایالت‌ها به جز هشت ایالت از بند «مدیریت نادرست» برای تنظیم بودجه AFDC استفاده می‌کردند و کنترل پول را از والد گرفتند. در حالی که پرداخت‌های محافظتی و فروشنده به صاحبخانه‌ها و دیگر طلبکاران روز به روز برای گیرندگان AFDC به‌طور قابل توجهی بیشتر استفاده می‌شود، این پرداخت‌ها در برنامه‌های کمک غیرعمومی، مانند تأمین اجتماعی و مزایای کهنه‌سربازان، ممنوع هستند.

پول‌های خیریه محدود همچنین در خارج از برنامه‌های کمک دسته‌بندی‌شده تأمین اجتماعی تکثیر شدند. برای مثال، بین سال‌های ۱۹۳۹ و ۱۹۴۳، کوپن‌های غذای جدید برای توزیع محصولات غذایی مازاد به نیازمندان ایجاد شد؛ کوپن‌های نارنجی مخصوص برای اقلام غذایی معمولی و کوپن‌های آبی برای غذاهای مازاد استفاده می‌شد. پول‌های جدیدی نیز اختراع شد تا به گیرندگان کوپن‌های غذا باقی‌مانده‌شان را بدهد؛ از آنجا که مغازه‌داران اجازه نداشتند سکه‌های آمریکایی را به‌عنوان باقی‌مانده بدهند، آن‌ها ارز، ژتون یا رسیدهای دست‌نوشته صادر می‌کردند که باید رنگ کوپن‌های استفاده‌شده برای پرداخت را نشان می‌داد.

پس از دهه ۱۹۶۰، کمک غیرنقدی محدود به فقرا - عمدتاً در غذا، مسکن و مراقبت پزشکی - به‌طور چشمگیری افزایش یافت، در حالی که پرداخت‌های نقدی کاهش یافت. به‌طور خاص، تا دهه ۱۹۸۰، تنها سه دلار از هر ده دلار رفاهی به‌صورت نقدی منتقل می‌شد. برای مثال، برنامه کوپن غذا را در نظر بگیرید که از اواسط دهه ۱۹۶۰ آغاز شد و در سال ۱۹۹۱ دو برابر تعداد گیرندگان AFDC را داشت. در سال ۱۹۹۳، تعداد بی‌سابقه ۲۶.۶ میلیون نفر - بیش از ۱۰ درصد جمعیت - غذایشان را با کوپن خریدند. اما نه هر غذایی: تحت مقررات وزارت کشاورزی ایالات متحده، کوپن‌های غذا نمی‌توانند برای خرید، مقولاتی چون نوشیدنی‌های الکلی و تنباکو، غذاهای گرم آماده خوردن، اقلام پیشخوان ناهار، ویتامین‌ها یا داروها، غذای حیوانات خانگی، یا هرگونه اقلام غیرغذایی استفاده شوند. همچنین کوپن‌های غذا نمی‌توانند جای پول نقد مبادله شوند. این محدودیت‌ها در دادگاه تأیید می‌شوند؛ برای مثال، یک خرده‌فروش که کوپن‌های غذا را به‌عنوان پرداخت برای پاک‌کننده آژاکس، پودر بچه، شامپو و دیگر محصولات «غیرمجاز» پذیرفت، به مدت شش ماه از مشارکت در برنامه کوپن غذا محروم شد. همچنین در برنامه‌های کمک عمومی، پرداخت‌های محافظتی و فروشنده، به‌ویژه به صاحبخانه‌ها، رایج است و دوباره اختیار گیرندگان را محدود می‌کند.

بنابراین، رقابت بین پول‌های خیریه رسمی و نشانه‌گذاری فقرا هرگز پایان نیافته است. درست است که پرداخت‌های نقدی بدون محدودیت به فقرا متحدان جدیدی پیدا کرده‌اند،

یعنی اقتصاددانانی که اصل حاکمیت مصرف‌کننده را برای استدلال علیه تلاش ناکارآمد دولت برای «تحریف تصمیمات مصرف فردی» با ارائه کمک غیرنقدی به کار می‌برند. بسیاری از آن‌ها از یک سیستم مالیات بر درآمد منفی حمایت می‌کنند که یک سیستم رفاهی فقط نقدی یکپارچه فراهم می‌کند. اقتصاددانان خود را در یک هم‌سویی غیرمحمول با فعالان حقوق رفاه می‌یابند که همچنین به شدت از پرداخت پولی بدون محدودیت حمایت می‌کنند - نه به خاطر کارایی اقتصادی، بلکه برای حفاظت از «آزادی کنترل» درآمد فقرا. به‌ویژه در مورد مسکن، آن‌ها استدلال می‌کنند که پرداخت‌های فروشنده با محروم کردن گیرندگان نیازمند از هرگونه قدرت چانه‌زنی با صاحبخانه‌ها، مانند گزینه نگه داشتن اجاره برای اجبار به بهبود ملک، یا گزینه استفاده از بودجه مسکن برای خودیاری، آن‌ها را بیشتر فقیر می‌کند. برای مثال، در مورد برخی مستأجران نیویورک که صاحبخانه گرمایش را به آن‌ها نداد، پول‌های اجاره توسط گیرندگان کمک برای زنده ماندن در زمستان سرد با پرداخت هزینه بخاری‌های فضایی یا لباس‌های زمستانی، یا برای روشن نگه داشتن مداوم فرهایشان استفاده شد.

با این حال، بی‌اعتمادی به شایستگی فقرا ادعاهای حامیان پول نقد بدون محدودیت را تحت‌الشعاع قرار داده است. حتی برخی اقتصاددانان اعتراف می‌کنند که با توجه به تنوع شایستگی مصرف‌کننده، «کارایی ساده» ممکن است «محدود کردن ناکارآمدی‌های مدیریت خانوادگی با کمک غیرنقدی» را ایجاب کند. برای مثال، اقتصاددان لستر ثورو یک «پیوستار احتمالی از انتقالات از پول نقد، پول نقد با مشاوره، کوپن‌ها، ارائه غیرنقدی، و در نهایت اجبار» پیشنهاد می‌کند.

مقامات، از سوی خود، سخت کار کرده‌اند تا پول‌های جداگانه، قابل شناسایی و قابل کنترل برای فقرا را حفظ یا ایجاد کنند، چه با ساختن پول‌های جدید، مانند کوپن‌های غذا، یا تنظیم استفاده از پول قانونی، مانند پرداخت‌های محافظتی. در حال حاضر، برنامه کوپن غذا سیستم نشانه‌گذاری خود را کامپیوتری می‌کند؛ یک سیستم آزمایشی انتقال مزایای الکترونیکی کوپن‌های کاغذی را با کارت‌های کامپیوتری ناشناس‌تر جایگزین می‌کند، و بدین ترتیب کوپن‌های غذا را به پول معمولی نزدیک‌تر می‌کند. اما انتقال‌های الکترونیکی همچنان

خریدها را نظارت می‌کنند و خریدهای غذایی گیرنده را به اقلام مشخص شده محدود می‌کنند. در همین حال، حتی گروه‌های خصوصی ارزهای محدود جدیدی برای فقرا اختراع می‌کنند. برای مثال، در برکلی، کالیفرنیا، بازرگانان و سازمان‌های خیریه در سال ۱۹۹۱ کوپن‌هایی طراحی کردند تا «گدایی خوب» را تشویق کنند. این کار از طریق ایجاد پول کوپنی که فقط برای غذا، کرایه اتوبوس یا دیگر ضروریات قابل باخرید بود، ولی الکل، سیگار یا مواد مخدر غیرقانونی را شامل نمی‌شد.

با این حال، فقرا نشانه‌گذاری‌های رسمی را به چالش می‌کشند و راه‌هایی برای تبدیل پول‌های کمک به سیستم‌های خودشان پیدا می‌کنند. کوپن‌های غذا، بسیار شبیه سفارش‌های مواد غذایی قرن نوزدهمی، در بازار سیاه برای پول نقد مبادله می‌شوند، یا غذای خریداری شده با کوپن‌ها سپس برای پول نقد فروخته می‌شود. به‌طور قابل توجهی، پول‌های خاکسپاری در بودجه‌های فقرا باقی می‌ماند. در میان فقر عمیق، برخی مادران رفاهی - به‌ویژه در پروژه‌های مسکونی پرخطر مرکز شهر - هنوز راه‌هایی برای نشانه‌گذاری بخشی از پول‌هایشان برای خرید بیمه خاکسپاری برای فرزندانشان پیدا می‌کنند. در حالی که در اوایل قرن گذشته، مادران از خاکسپاری فقرا برای یک کودک بیمار در حال مرگ می‌ترسیدند، در اوایل این قرن، مادران رفاهی بیمه خاکسپاری را برای مرگ احتمالی خشونت‌آمیز فرزندشان می‌خرند.

بیش از یک قرن، کارگران خیریه حرفه‌ای بر سر تعریف و توزیع پول فقرا مبارزه کرده‌اند. کمک‌های خیریه، سفارش‌های مواد غذایی، بودجه سوخت، کلوپ‌های آرد و کفش، پس‌اندازهای پنی پراویدنس، هدایای پولی، بانک‌های پس‌انداز پستی، کمک‌هزینه‌های خانوادگی، مستمری‌های مادران، پول‌های خاکسپاری، کوپن‌های غذا، پرداخت‌های فروشنده، پرداخت‌های محافظتی، همگی به دنبال یافتن این پاسخ بودند که چه کسی باید تعریفی از خرج مناسب بودجه کمکی فقرا ارائه دهد. با وجود مراحل مصرف‌گرایی و حتی استانداردسازی قانونی کمک، کارشناسان خیریه به تلاش‌هایشان برای تحمیل سیستم‌های نشانه‌گذاری خودشان ادامه دادند، با این فرض که فقرا اغلب شایستگی خرج کردن پول به تنهایی را ندارند.

از سوی دیگر، گیرندگان بر شیوه‌های نشانه‌گذاری خودشان اصرار داشتند. در واقع، در سال‌های اخیر، فقرا مبارزه‌شان را برای نشانه‌گذاری پول‌های خودشان تا دادگاه‌ها پیش برده‌اند. چالش آنی می رابرتز به رویه پرداخت‌های فروشنده در کانکتیکات را در نظر بگیرید.

وقتی خانم رابرتز، گیرنده AFDC، در تاریخ ۱ ژانویه ۱۹۷۰ چک رفاهی خود را دریافت نکرد، فوراً به صاحبخانه اطلاع داد که پرداخت اجاره تا رسیدن چک جایگزین به تعویق خواهد افتاد. اما صاحبخانه از اداره رفاه ایالتی درخواست کرد و چک جایگزین برای اجاره خانم رابرتز صادر شد. طبق قانون، صاحبخانه تا پایان اجاره‌نشینی شاکی همچنان توسط اداره رفاه پرداخت می‌شد. خانم رابرتز ادعا کرد که با محروم شدن از «حق دریافت کمک رفاهی به صورت پرداخت‌های نقدی مستقیم»، او همچنین «حق کرامت» و استقلال خود را از دست داده است.

اما دادگاه حکم داد که آنی می رابرتز تا زمانی که کمک‌های دریافتی برای گذران معیشت وجود دارد، هیچ حق قانونی قابل حفاظتی برای دریافت کمک‌های نقدی مستقیم ندارد. هرگونه از دست دادن «کرامت» یا استقلال بی‌ربط اعلام شد. درخواست رد شد و پرونده مختومه گردید. مانند خانم C، بیوه مهاجر ایتالیایی که پیش‌تر در فصل پول‌های خیریه بحث شد، پرداخت‌های کمکی آنی می رابرتز به عنوان پول قانونی تلقی نشد، بلکه فقط یک پول خیریه محدود باقی ماند. در حالی که اقتصاد خانگی خانم C به دقت توسط کارشناسان اجتماعی نظارت می‌شد، پول‌های خانم رابرتز نه تنها توسط آژانس رفاه و صاحبخانه‌اش، بلکه توسط سیستم قانونی نیز محدود شده بود.

فصل هفتم: معنای پول چیست؟

در کتاب *فونس، نگهبان حافظه*، خورخه لوئیس بورخس یکی از شگفت‌انگیزترین شخصیت‌های خود را به ما معرفی کرد. فونس، که پس از یک حادثه اسب‌سواری زمین‌گیر شده بود، در شب‌های بی‌خوابی خود یک سیستم شمارش خیالی خلق کرد :

به جای هفت هزار و سیزده، او می‌گفت (برای مثال) ماکسیمو پرز؛ به جای هفت هزار و چهارده، قطار؛ اعداد دیگر عبارت بودند از... گوگرد، چماق‌ها، نهنگ، گاز، دیگ، ناپلئون، آگوستین د ویدیا. به جای پانصد، او می‌گفت نه. هر کلمه یک علامت خاص، نوعی نشانه داشت... من سعی کردم توضیح دهم که این رپرتوار صداها بی‌ربط دقیقاً نقطه مقابل یک سیستم شمارش است. به او گفتم که گفتن ۳۶۵ یعنی سه صدم، شش دهم، پنج واحد - تحلیلی که با "اعداد" تیموتی تیره یا پتوی گوشت غیرممکن بود. فونس نفهمید یا نخواست بفهمد.

اگر پول، همان‌طور که گئورگ زیمل در *فلسفه پول* بیان کرد، دنیای مدرن را به یک «مسئله عظیم حسابی» تبدیل می‌کند، آیا پول‌های اجتماعی چیزی بیش از خیالات یک فرد بی‌خواب نیستند؟ اگر پول اساساً یک پدیده عددی است، آیا ما به اندازه فونس دیوانه هستیم وقتی برخی پول‌ها را کثیف یا تمیز، خانگی یا خیریه، انعام یا دستمزد می‌نامیم؟ برای نظریه‌پردازان کلاسیک، «ویژگی ریاضی» پول زندگی اجتماعی را با «اندازه‌گیری و وزن کردن»، با یک «ایده‌آل محاسبات عددی» پر می‌کرد، که ناگزیر تمایزات شخصی، اجتماعی و اخلاقی را کند می‌کرد. همچنین، مورخان به ما می‌گویند که چگونه آمریکایی‌ها در اواخر قرن نوزدهم به آشوب اجتماعی با به شکل کمی پاسخ دادند که نشانه‌ای از بحران ارزش‌هایشان بود. رابرت ویبه مشاهده می‌کند که «به دلیل نبود چیزی که دنیای آن‌ها را بهتر معنا کند»، مردم در همه جا آن را «وزن کردند، شمردند و اندازه گرفتند». خاکستری شدن جهانی که اقتصاد پولی ترویج می‌کرد، تنها فضایی برای محاسبات عینی و کمی باقی می‌گذاشت؛ اعداد ناشناس به‌طور اجتناب‌ناپذیری نشانه‌های شخصی را محو می‌کردند.

با این حال، شاید فونس به چیزی پی برده بود. زیرا، همان‌طور که دیدیم، مردم دائماً مفاهیم اجتماعی مرتبط با پول را به کار می‌گیرند، عبارات، جملات، پاراگراف‌ها، کتاب‌های کامل را می‌سازند در حالی که پول‌های خود را دستکاری می‌کنند، برخی پول‌ها را برای استفاده‌های خاص نشانه‌گذاری می‌کنند، برخی دیگر را بر مبنای نحوه کسب درآمد از دیگران متمایز می‌کنند، کاربران خاصی را برای مبادلات خاص تعیین می‌کنند، نام‌های جدیدی برای استفاده‌های متمایز از پول‌های رسمی اختراع می‌کنند، یا اشیاء غیرپولی را به رسانه‌های

مبادله تبدیل می‌کنند. البته، کمیت تفاوت ایجاد می‌کند؛ مردم به این اهمیت می‌دهند که چه مقدار پول در معاملاتشان دخیل است. اما نوع پول و اینکه متعلق به کیست نیز اهمیت زیادی دارد.

این تمایزات نیز نامنظم، رمانتیک یا استثناهای منزوی از یک سیستم پولی منطقی غالب بدون نشانه‌گذاری، نیستند. تمایز اجتماعی پول فراگیر است؛ نه تنها در گوشه‌های تاریک و عجیب اقتصاد، بلکه در همه جا که نگاه می‌کنیم، انواع مختلف روابط اجتماعی و ارزش‌ها پول‌ها را بازسازی می‌کنند. نه فقط افراد، بلکه سازمان‌ها و حتی دولت بین اشکال پول قانونی یا دیگر پول‌ها تمایز قائل می‌شوند. بنابراین، پول‌های متعدد، بقایای به ارث رسیده زندگی ابتدایی نیستند که در آن، به قول زیمل، پول هنوز «وقار مقدس» یا «کیفیت یک ارزش استثنایی» را حفظ کرده بود، بلکه ویژگی مرکزی اقتصادهای سرمایه‌داری پیشرفته هستند.

نشانه‌گذاری در برابر پولی‌سازی

در واقع، بین دهه‌های ۱۸۷۰ و ۱۹۳۰، مردم سیستم‌های نشانه‌گذاری پیچیده‌تر و گسترده‌تری اختراع کردند، دقیقاً در زمانی که سیستم بازار ملی در آمریکا تثبیت می‌شد، سرمایه‌داری صنعتی شکوفا می‌شد، مصرف‌گرایی رونق می‌گرفت، و دولت سخت تلاش می‌کرد تا یک ارز قانونی متمرکز و یکنواخت به دست آورد. جامعه مصرفی مدرن، خرج کردن پول را نه تنها به یک عمل اقتصادی مرکزی، بلکه به یک فعالیت فرهنگی و اجتماعی پویا و پیچیده تبدیل کرد. پول چه چیزی باید بخرد، چه زمانی، و چند وقت یک‌بار؟ آیا منبع پول اهمیت داشت؟ چه کسی می‌توانست به‌درستی و آزادانه خرج کند و چه کسی به راهنمایی، نظارت و محدودیت نیاز داشت؟

در حالی که ناظران اجتماعی معاصر درست پیش‌بینی کردند که پول به مبادلات اجتماعی و تجاری بیشتری وارد خواهد شد، در ارزیابی پیامدها اشتباه کردند. زیمل، که از نوعی

کوررنگی فکری رنج می‌برد، در تحلیل درخشان خود از پول نتوانست رنگ‌های اجتماعی جدیدی را که در یک اقتصاد پولی ظهور می‌کردند، ثبت کند، در حالی که مردم روش‌های مختلفی برای شخصی‌سازی و تمایز پول‌ها ابداع می‌کردند. جایی که کوررنگ‌ها فقط سایه‌های خاکستری می‌بینند، افراد با دید عادی کل رنگین‌کمان را می‌بینند. اما افرادی که پول را نشانه‌گذاری می‌کنند یک قدم فراتر می‌روند: آن‌ها طیف‌های خودشان را به جای آنچه دولت‌ها و بانک‌ها فراهم کرده‌اند، خلق می‌کنند.

نشانه‌گذاری پول‌ها حتی در آسیب‌پذیرترین حوزه‌های زندگی اجتماعی رخ داد، آن روابط و مبادلاتی که ظاهراً به‌طور خاص در برابر منطقی‌سازی دلار آسیب‌پذیر بودند: معاملات خانگی، اهدای هدایا، و خیریه، چه عمومی و چه خصوصی. نگرانی‌های پولی روز به روز بیشتر به خانوارهای آمریکایی نفوذ کرد، از مبادلات هدیه تا کمک‌های خیریه. اینجا، از همه جاها، باید اثرات استانداردسازی و غیرشخصی‌سازی پول همگن‌شده توسط دولت را می‌یافتیم.

در عوض، ما یک اقتصاد اجتماعی پیچیده را کشف کردیم. با ورود پول به خانوار، مبادلات هدیه و کمک‌های خیریه، افراد و سازمان‌ها مجموعه گسترده‌ای از پول‌ها را اختراع کردند، از کمک‌هزینه‌های خانه‌داری، پول سوزنی، و پول خرج کردن گرفته تا هدایای پولی، گواهی‌های هدیه، حواله‌ها، انعام‌ها، پس‌اندازهای پنی پراویدنس، مستمری‌های مادران، و کوپن‌های غذا. آن‌ها پول قانونی ظاهراً همگن را در دسته‌های متمایز مرتب کردند، و پول‌های دیگری خلق کردند که از حمایت دولت برخوردار نبودند.

درون خانوارها، خانواده‌ها با دقت و گاهی با اشتیاق پول‌هایشان را تمایز داده و جدا کردند، پول غذا را از پول اجاره، پول مدرسه یا پول خیریه جدا کردند، و همچنین بودجه‌هایی برای خاکسپاری، عروسی‌ها، کریسمس یا تفریح تعیین کردند. همسران، شوهران و فرزندان همیشه بر ترتیبات نشانه‌گذاری توافق نداشتند، زیرا اعضای خانواده بر سر چگونگی تعریف، تخصیص و تنظیم پول‌هایشان مبارزه می‌کردند. ما دیدیم که پول یک همسر اساساً با پول شوهر یا فرزندش تفاوت داشت، نه تنها از نظر مقدار، بلکه در نحوه به دست آمدن، دفعات

و نحوه استفاده، و حتی جایی که نگه داشته می‌شد. اختلافات همیشه به صورت دوستانه حل نمی‌شدند: زنان، مردان و کودکان اغلب به یکدیگر دروغ می‌گفتند، دزدی می‌کردند یا فریب می‌دادند تا پول‌های جداگانه خود را محافظت کنند. بنابراین، خانواده‌ها اشکال متمایزی از پول‌ها را ساختند، که توسط یک فرهنگ خانگی قدرتمند و روابط اجتماعی در حال تغییر بین شوهران و همسران، والدین و فرزندان شکل گرفته بود. آن‌ها همچنین تحت تأثیر طبقه قرار داشتند: دلارهای خانگی طبقه متوسط و کارگر دقیقاً معادل نبودند.

خانواده‌ها، دوستان صمیمی و کسب‌وکارها به همین ترتیب پول را به شکلی که ظاهراً بیگانه‌ترین بود، یعنی یک هدیه احساسی که مراقبت و محبت را بیان می‌کرد، بازسازی کردند. مهم بود که چه کسی پول را هدیه می‌داد و چه کسی دریافت می‌کرد، چه زمانی داده می‌شد، چگونه ارائه می‌شد، و چگونه خرج می‌شد. با به چالش کشیدن همه معانی پول به عنوان موضوعی بی‌طرف، غیرشخصی و قابل تعویض، پول هدیه به عنوان یک پول معنادار، عمیقاً ذهنی و غیرقابل تبدیل شناخته شد.

پولی که به دقت توسط قراردادهای اجتماعی تنظیم می‌شد. در کریسمس، عروسی‌ها، مراسم غسل تعمید، یا دیگر رویدادهای مذهبی و غیرمذهبی، پول نقد به یک هدیه آبرومند و مورد استقبال تبدیل می‌شد، تقریباً به عنوان پول بازار قابل شناسایی نبود و به وضوح از دیگر ارزش‌های خانگی متمایز می‌شد.

دهندگان هدیه و گیرندگان هدیه اغلب بر سر نشانه‌گذاری هدایای پولی اختلاف داشتند. به ویژه وقتی نوبت به مبادلات بین غریبه‌ها می‌رسید، هدایای پولی به پول‌های بحث‌برانگیزی تبدیل می‌شدند که نابرابری روابط اجتماعی خاص را نماد می‌کردند. برای مثال، انعام یک دسته‌بندی به شدت مورد مناقشه از پول بود، بخشی پرداخت، بخشی هدیه، گاهی به عنوان نشانه‌ای از قدردانی تعریف می‌شد، اما گاهی به عنوان یک کمک توهین‌آمیز رد می‌شد. همچنین، پولی که به فقرا داده می‌شد، به طور ناپایداری بین هدیه، انعام، مزایای قانونی و پرداخت برای خدمات تعادل برقرار می‌کرد. اینکه آیا انتقال معین به عنوان پرداخت برای خدمات، حق قانونی، یا یک هدیه اختیاری محسوب می‌شد، برای

طرفین آن قدر اهمیت داشت که مرزهای قابل مشاهده‌ای بین این دسته‌ها ایجاد کردند و بر سر مکان این مرزها مبارزه کردند.

وقتی مقامات در نشانه‌گذاری پول‌ها مداخله می‌کردند، دسته‌بندی متفاوتی از پول‌ها پدیدار می‌شد. با نگرانی از مصرف‌کنندگان ظاهراً ناکارآمد، تعدادی از نهادها و سازمان‌ها در اوایل قرن بیستم وارد سیستم‌های نشانه‌گذاری جمعیت‌های وابسته شدند. در مورد فقرا، مقامات رفاه عمومی و خصوصی به‌طور عمیقی در ایجاد پول‌های خیریه‌ای که برای آموزش مشتریان‌شان در استفاده صحیح از پول طراحی شده بودند، دخیل شدند. آنچه کارگران اجتماعی با فقرا انجام می‌دادند شبیه تلاش‌های دیگر نهادها برای تنظیم الگوهای خرج کردن بود، مانند مورد زندان‌ها، اصلاح‌خانه‌ها، یا یتیم‌خانه‌ها، و همچنین طیف وسیعی از محل‌های کار؛ شهرهای شرکتی، یا حتی شرکت خودروسازی فورد. نوآوری قابل توجه فورد در سال ۱۹۱۴، طرح «پنج دلار در روز و تقسیم سود»، بین دستمزدهای منظم کارگران و یک مکمل مشروط مبتنی بر سود شرکت تمایز قائل شد. استفاده صحیح از درآمد اضافی، سهم کارگر از سود را وابسته به یک سبک زندگی درستکارانه کرد.

در جاهایی که شواهد گسترده‌ای از تحمیل پول‌ها توسط مقامات وجود دارد، ما همیشه مقاومت و نشانه‌گذاری متقابل را می‌یابیم. بنابراین بدون دلیل نیست که انتظار مقاومت و پول‌های جایگزین را در دیگر تنظیمات نیز داشته باشیم. در مورد ارزهای خیریه، فقرا سیستم‌های خودشان برای تمایز پول‌ها را حفظ کردند و کمک نقدی را به یک مبادله پولی بحث‌برانگیز، مورد مناقشه و پیچیده تبدیل کردند.

زندگی خانوادگی، مبادلات هدیه، و خیریه‌ها به‌هیچ‌وجه در حاشیه زندگی اقتصادی مدرن قرار ندارند. آن‌ها مراکز حیاتی و خلاقانه‌ای هستند که به‌طور فعال و مداوم در نشانه‌گذاری پول‌ها دخیل‌اند. در واقع، نوآوری و تمایز پول‌ها به‌ویژه در این حوزه‌های تعاملات اجتماعی ظریف، پرانرژی، پیچیده و قابل مشاهده است. مردم تلاش زیادی برای خلق پول‌هایی می‌کنند که برای مدیریت روابط اجتماعی پیچیده طراحی شده‌اند، روابطی که صمیمیت اما نابرابری، عشق اما قدرت، مراقبت اما کنترل، همبستگی اما تعارض را بیان می‌کنند. نکته

این نیست که این حوزه‌های زندگی اجتماعی با شجاعت در برابر کالایی‌سازی مقاومت کردند. برعکس، آن‌ها به راحتی پول‌ها را جذب کردند و آن‌ها را برای تطبیق با ارزش‌ها و روابط اجتماعی متنوع تغییر دادند.

ما به‌ویژه جنسیتی شدن پول‌ها را مشاهده کردیم، زیرا زنان در همه طبقات اجتماعی روز به روز جنبه‌های مهمی از اقتصادهای خانگی و هدیه را مدیریت می‌کردند. به همین ترتیب، تغییرات عمیقی در نشانه‌گذاری پول توسط جنسیت در شیوه‌های خواستگاری رخ داده است. اما جنسیت در بسیاری از تنظیمات اجتماعی دیگر نیز تأثیر دارد: دفاتر، مدارس، کلیساها، دیدارهای اجتماعی اتفاقی، و غیره. در هر یک از این تنظیمات، دلایلی داریم که انتظار تعیین اشکال و شیوه‌های پولی به‌عنوان مردانه یا زنانه را داشته باشیم. بدیهی است که باید کار جنسیت را بهتر درک کنیم. به همین ترتیب، باید بررسی کنیم که چگونه سن، نژاد و قومیت استفاده‌ها، معانی و تخصیص پول‌ها را شکل می‌دهند.

پایه اجتماعی پول بازار

در مورد پول بازار چه می‌توان گفت؟ آیا درست است که حداقل پول بازار به صورت ارزی همگن و بی‌رنگ، همان‌طور که نظریه‌پردازان کلاسیک توصیف کرده‌اند، آزادانه گردش می‌کرد؟ آیا شاید یک نقشه پولی سیاه‌وسفید از جهان وجود دارد؟ هم بله و هم خیر.

مطمئناً از قرن هجدهم تا بیستم در حوزه‌های قابل توجهی از تنظیمات بازار، مردم ترتیبات پولی مانند چک‌ها، فروشگاه‌های تک‌قیمتی، حواله‌های پولی، انتقال‌های خودکار، یا تنوع عظیمی از کارت‌های اعتباری را اختراع کردند تا تعاملات را منظم و روزمره کنند و دشواری روابط اجتماعی در اقتصاد را کاهش دهند. زیمِل ممکن است کوررنگ بوده باشد، اما همچنان می‌توانست ببیند: پولی‌سازی زندگی اقتصادی، گسترش روابط تجاری را تسهیل کرد و بازارها را در زمان و مکان گسترش داد.

با این حال، مشکل این است که متفکران کلاسیک آن قدر بر روی روال‌های استاندارد بازار تمرکز کردند که دو خطای اساسی مرتکب شدند. اول، آن‌ها فرآیند اجتماعی دشواری را که در اختراع پول بازار دخیل بود، تشخیص ندادند. نشانه‌گذاری پول بازار نتیجه خودکار و سرکوب‌ناپذیر اقتصادهای بازار مدرن نبود. در عوض، همان‌طور که مورد آمریکا نشان می‌دهد، ایجاد یک پول قانونی متمرکز، همگن و یکنواخت، تلاش عظیم و پایدار دولتی را می‌طلبید.

دوم، با فرض اجتناب‌ناپذیری آن، متفکران کلاسیک پول بازار را مطلق کردند. با این باور که تنها پول بازار وجود دارد، آن‌ها به اختراع پول‌های جدید نگاه نکردند و تنوع گسترده پول‌ها در جامعه مدرن را تشخیص ندادند. آن‌ها پارادوکس رو به رشدی را درک نکردند: با استانداردتر شدن اشکال فیزیکی و وضعیت قانونی پول، استفاده از ارز قانونی در بسیاری از حوزه‌های زندگی به یک فرآیند اجتماعی ظریف‌تر تبدیل شد و تمایزات فرهنگی و اجتماعی را روز به روز پیچیده‌تر کرد.

به یاد بیاورید چه اتفاقی افتاد وقتی کارگران اجتماعی یا اقتصاددانان خانگی با جدیت سعی کردند کار زیمل را انجام دهند، مصرف‌کنندگان منطقی را شکل دهند، پول‌های خانگی یا کمک نقدی را به‌عنوان چیزی متفاوت از دستمزد تعریف کنند، که باید به‌صورت ناشناس و آزادانه مانند یک پرداخت معمولی خرج شود. پروژه آن‌ها شکست خورد، زیرا همیشه نوع متفاوتی از پول ایجاد می‌شد، زیرا پول بازار در مجموعه‌ای از روابط اجتماعی بیگانه ورشکسته می‌شد. برای مثال، رفتار با پول خانگی به‌عنوان دستمزد، نه تنها به‌عنوان یک بی‌احترامی تعریف شد، بلکه به‌عنوان تهدیدی مستقیم برای همبستگی خانوادگی تلقی گردید.

از سوی دیگر، کمک نقدی «آزاد» با روابط اجتماعی مستقر بین کارگران اجتماعی و مشتریان‌شان سازگار نبود. به همین دلیل است که، با وجود اظهاراتی چون آزادی بازار، کارشناسان اجتماعی به محدود کردن و هدایت سیستم‌های نشانه‌گذاری مشتریان‌شان

ادامه دادند. اما همگن سازی پول نیز شکست خورد، زیرا افرادی که موضوع این تلاش‌ها بودند، ایده‌های خودشان درباره نشانه‌گذاری پول‌ها داشتند.

بگذارید صریح باشم: پول در همه جا، از جمله در بازارهای رقابتی، تکثیر می‌شود. در واقع، آرتور نوسباوم، یک مورخ حقوقی، به استعداد خارق‌العاده آمریکایی‌ها برای آزمایش پولی اشاره کرده است. امروزه، فدرال رزرو به عنوان بخشی از عرضه پول ملی، نه تنها پول نقد، ارز، سپرده‌های دیداری و چک‌های مسافرتی، بلکه، در میان دیگر دارایی‌های مالی، قراردادهای بازخريد یک‌شبه، یورو دلارها، سهام صندوق‌های سرمایه‌گذاری بازار پول، اوراق پس‌انداز، کاغذ تجاری، پذیرش‌های بانکی، و تعهدات نقدینگی خزانه را به رسمیت می‌شناسد. در واقع، همان‌طور که اقتصاددان جوئل کورتزمن اشاره می‌کند، در گذشته اخیر مجموعه‌ای از پول‌ها و «شبه پول‌ها» به وجود آمده‌اند، مانند میلیاردها دلار پول کارت اعتباری صادرشده توسط بخش خصوصی، خطوط اعتباری سهام خانگی، یا پولی که به افراد و کسب و کارها توسط مؤسسات مالی غیربانکی مانند شرکت اعتباری جنرال الکتریک وام داده شده است. کورتزمن مشاهده می‌کند: «مشخص می‌شود که محاسبه مقدار پول موجود تقریباً غیرممکن است».

با این حال، برخی مبادلات بازار مجموعه‌ای از معاملات روزمره را توسعه داده‌اند، به طوری که در واقع انتقال‌های پول الکترونیکی، سپرده‌های مستقیم بانکی، خرید خانگی کامپیوتری، یا خریدهای تلفنی خودکار به وضوح تنظیم شده‌اند و تماس شخصی کمی بین پرداخت‌کننده و دریافت‌کننده یا هیچ تماسی ندارند. در یک «جامعه بدون پول نقد»، جامعه‌شناس جیمز کولمن اشاره می‌کند که جایی که اکثر مردم با کارت اعتباری پرداخت می‌کنند، روابط بین فردی و اعتماد به دیگران خاص بی‌ربط می‌شود، زیرا فروشندگان دیگر به خریداران وابسته نیستند، بلکه به یک مرکز تسویه بدهی‌های الکترونیکی مرکزی و غیرشخصی وابسته‌اند. این معاملات مهم از بسیاری جهات با نظریه جامعه‌شناسی کلاسیک پولی‌سازی مطابقت دارند. اما در حوزه‌های تعامل اجتماعی پیچیده‌تر و کمتر روزمره - چه بازار و چه غیربازار - نوآوری، چانه‌زنی و مناقشه بر سر انواع پول‌ها قاعده

است. در هر صورت، همه شرکت‌کنندگان در این سیستم‌های پیچیده به اعتماد عمومی به عوامل ناشناخته‌ای که با آن‌ها تعامل دارند وابسته‌اند.

در واقع، استدلال این کتاب پیامدهایی برای تحلیل گسترده‌تر تنوع بین انواع مختلف بازارها دارد. اخیراً، دانشمندان اجتماعی مدل‌های نئوکلاسیک یک بازار واحد، خودمختار و خودپایدار را به چالش کشیده‌اند با این استدلال که فعالیت بازار، همان‌طور که جامعه‌شناس هریسون وایت بیان می‌کند، «به شدت اجتماعی است - به اندازه شبکه‌های خویشاوندی یا ارتش‌های فئودالی اجتماعی». بازارهای متغیر اجتماعی نه تنها از نظر قیمت متفاوت‌اند، بلکه توسط روابط اجتماعی در حال تغییر تاریخی بین خریداران و تولیدکنندگان و همچنین توسط زمینه‌های فرهنگی متنوع شکل می‌گیرند. بنابراین، در حالی که برخی بازارها به درجاتی از استانداردسازی دست می‌یابند، بازارهای جدید دائماً در حال خلق شدن هستند و دیگر بازارها بازتعریف می‌شوند.

حتی در محدوده ظاهراً محدود بازار تئاتر حرفه‌ای، همان‌طور که وایت اشاره می‌کند، زیرمجموعه‌ای از بازارها وجود دارد - موزیکال‌های برادوی یا درام، تئاترهای شام، نمایش‌های خارج و خارج از خارج برادوی، شرکت‌های رپرتوار - هر کدام با ویژگی‌های خاص و متمایز. بسیاری از اشکال تئاتر، برای مثال، تنها از طریق جذابیت برای مشتریان بسیار تخصصی یا حمایت توسط حامیان ثروتمند زنده می‌مانند. به همین ترتیب، اقتصاددانان متعارف متوجه می‌شوند که باید بین بازارهای کار خارجی و داخلی، حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای تمایز قائل شوند؛ و بسیاری به تمایز بین بخش‌های بازارهای کار که توسط نژاد، قومیت و جنسیت شکل گرفته‌اند ادامه می‌دهند.

تغییرات اخیر در اروپای شرقی بر فراوانی و اهمیت نوآوری بازار تأکید دارند. برای مثال، تحلیل انسان‌شناس کارولین هامفری از تکه‌تکه شدن اقتصادی اتحاد جماهیر شوروی سابق را در نظر بگیرید، که نه تنها به جمهوری‌های تشکیل‌دهنده آن، بلکه به مناطق، محلات و مؤسسات فردی گسترش می‌یابد. هامفری نشان می‌دهد که به‌دور از حرکت به سمت تشکیل یک بازار واحد و متصل، ساختارهای اقتصادی محلی جدید توسط رؤسای

محلی تنظیم می‌شوند و از طریق مبادله یا با انواع کوپن‌های محدود، کارت‌های غذا و سفارش‌ها انجام می‌شوند، که نه به صورت مرکزی، بلکه توسط سازمان‌های منطقه‌ای، محلی و حتی محل کار صادر می‌شوند. روابط مبادله‌ای تکه‌تکه و خاص هستند؛ برای مثال، کارت‌های غذا برای محصولات خاصی هستند، فقط برای ساکنان یک شهر یا منطقه خاص صادر می‌شوند و هرگونه بازدیدکننده را مستثنی می‌کنند؛ کوپن‌ها حتی محدودترند، برای دسته‌های خاصی از مردم - کارگران یک کارخانه، کهنه‌سربازان جنگ، مادران کودکان خردسال - برای خرید محصولات مشخص شده، گاهی محدود به یک فروشگاه خاص توزیع می‌شوند. در واقع، ایجاد اعتبارات موقت بین شرکت‌ها - به وضوح یک شکل پولی جدید - به شدت تمام تلاش‌های دولتی برای کنترل تورم را تهدید کرده است.

در اروپای شرقی و جاهای دیگر، آنچه به عنوان گسترش ساده بازار تلقی می‌شود، در واقع یک تحول اقتصادی بسیار پیچیده‌تر است، تحولی که شامل خلق پول‌های متعدد می‌شود. یک درک جامعه‌شناختی مناسب از این نوع تحول در نهایت باید توضیحات تغییرات اقتصادی در مقیاس بزرگ و تنوع را به چالش بکشد و تجدید کند. همچنین باید پدیده‌های اقتصادی مانند بازتوزیع درآمد، نرخ‌های پس‌انداز، پاسخ به تورم، هزینه‌های کلان بر متغیرهای مصرف‌کننده، و طیف گسترده‌ای از دیگر پدیده‌هایی که اقدامات مصرف‌کننده فردی تفاوت اقتصادی کلانی ایجاد می‌کنند را روشن کند. البته، این کتاب حتی به ارائه یک بیانیه نظری درباره اقتصاد کلان نزدیک نشده است. با این حال، با تمرکز بر هم‌تایان در مقیاس کوچک فرآیندهای در مقیاس بزرگ، نشان داده است که چگونه تمایز، نوآوری و مناقشه بخش‌های جدایی‌ناپذیری از فرآیندی هستند که از طریق آن خرج کردن و پس‌انداز انجام می‌شود. به طور خلاصه، نشانه‌گذاری در قلب فرآیندهای اقتصادی قرار دارد.

چگونه و چرا مردم نشانه‌گذاری می‌کنند؟

نشانه‌گذاری چگونه کار می‌کند؟ مردم چگونه پول‌های متعدد را جدا می‌کنند؟ ما دیده‌ایم که تکنیک‌ها به طور گسترده‌ای متفاوت‌اند. گاهی پول‌ها به صورت فیزیکی نشانه‌گذاری

می‌شوند، مانند مورد نشانه‌های عشق حکاکی‌شده قرن نوزدهمی یا خلاقیت‌های هنرمندانه زنان خانه‌دار از پول‌های هدیه. مردم همچنین پول‌ها را از نظر مکانی جدا می‌کنند، با استفاده از انواع ظروف خانگی - پاکت‌های برچسب‌دار، شیشه‌های رنگی، جوراب‌ها، قلک‌ها - یا حساب‌های نهادی مشخص‌شده، مانند کلپ‌های کریسمس یا بودجه‌های تعطیلات. در افراط، پول‌ها صرفاً با خارج کردن آن‌ها از گردش جدا می‌شوند، برای مثال، اسکناس‌های دلاری که به دیوار یا پیشخوان یک فروشگاه جدید سنجاق شده‌اند، معمولاً با یک پیام شاد موفقیت‌آمیز از یک دوست، یا به‌عنوان یک آیت‌م کلکسیونی.

پول‌ها معمولاً با محدود کردن استفاده‌هایشان نشانه‌گذاری می‌شوند: درآمد یک کودک برای خریدهای خاص مناسب تعیین می‌شود، که فقط برای سرگرمی یا لباس کودک خرج شود؛ پول‌های هدیه معمولاً برای اشیاء یا فعالیت‌های مشخص‌شده در نظر گرفته می‌شوند؛ کمک نقدی اغلب به هزینه‌های بودجه‌بندی‌شده‌ای که توسط کارشناسان اجتماعی تأیید شده محدود می‌شود. پول‌ها همچنین با تعیین کاربران خاص برای پول‌های مشخص‌شده متمایز می‌شوند: کمک‌هزینه هفتگی برای کودکان است، نه بزرگسالان؛ پول خیاطی یک پول زنانه است، نه مردانه؛ انعام‌ها برای پیشخدمت‌ها قابل قبول است، نه برای وکلا. یا پول‌ها با مرتبط کردن منابع خاصی از پول به استفاده‌های انتخاب‌شده جدا می‌شوند: درآمدی که توسط همسر به دست می‌آید ممکن است برای تحصیل فرزندانش ذخیره شود، در حالی که درآمد شوهرش وام مسکن را پرداخت می‌کند؛ پول‌های ارثی ممکن است متفاوت از درآمد کسب‌شده یا سود ناگهانی خرج شود. ارزها همچنین با ایجاد سیستم‌های مختلف تخصیص متمایز می‌شوند - محاسبه و توزیع درآمد خانوار، پول‌های هدیه، یا کمک نقدی، برای مثال، بر اساس اصول خانگی متضاد، دستورالعمل‌های عاطفی و فلسفه‌های رفاهی استوار است. در نهایت، مردم نه تنها پول قانونی را نشانه‌گذاری می‌کنند، بلکه در برخی موارد، یا اشیاء مادی انتخاب‌شده را به پول تبدیل می‌کنند (سیگار، ژتون‌های مترو) یا ارزهای محدود جدیدی خلق می‌کنند (گواهی‌های هدیه، کوپن‌های غذا).

نشانه‌گذاری‌ها تا چه حد پایدارند؟ چه زمانی یک دلار از کمک‌هزینه بودن به هدیه تبدیل می‌شود، یا چقدر طول می‌کشد تا پول خیریه به پول خانگی تبدیل شود؟ مدت زمان شکل

خاصی از نشانه‌گذاری، مستقیماً به زمینه فرهنگی و اجتماعی یک پول خاص وابسته است. برخی انواع نشانه‌گذاری در واقع روزمره هستند و برای دوره‌های طولانی دوام می‌آورند (برای مثال، پول‌های ژتونی در نهادها)؛ برخی نشانه‌گذاری‌ها آن‌قدر عمیقاً با معانی اخلاقی یا احساسی حک شده‌اند که پول‌های مربوطه هرگز نمی‌توانند به صورت متفاوتی یا توسط افراد متفاوتی استفاده شوند (برای مثال، یک ارث)؛ با این حال، برخی نشانه‌گذاری‌ها ناپایدار و کوتاه‌مدت هستند (برنده‌های لاتاری). به‌ویژه در حوزه‌های تعاملات اجتماعی ظریف، نوآوری مداوم است، زیرا مردم پول‌های جدیدی برای تعریف روابط اجتماعی دشوار یا در حال تغییر خلق می‌کنند.

آیا این همه تنوع فرهنگی و اجتماعی در نهایت نوعی خودفروبی احساسی است؟ آیا خلاقیت و آزمایش پولی چیزی بیش از یک توهم ساده‌لوحانه نیست که واقعیت اساساً یکنواخت، محاسباتی و فرساینده پول را پنهان می‌کند؟ یا آیا نشانه‌گذاری در بهترین حالت یک تجمّل برای ثروتمندان است که در اقتصادهای ناامیدکننده فقرای بسیار فقیر ناپدید می‌شود؟ آشتی دادن خلاقیت روابط اجتماعی با وجود قدرت و نابرابری اجتماعی، با پریشانی اقتصادی گسترده دشوار است.

شواهد چیز دیگری می‌گویند. مطمئناً پول به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای نابرابری عمل می‌کند. روایت‌های پول‌های خانگی، هدیه و خیریه هیچ شکی باقی نمی‌گذارند که ارزش‌های جداگانه بارها برای اعمال وابستگی زنان، کودکان و فقرا خدمت کرده‌اند. اشکال انتقال‌های پولی برابری یا نابرابری طرفین را نشانه‌گذاری می‌کنند، همان‌طور که درجه صمیمیت و پایداری رابطه‌شان را نشان می‌دهند. اما تاریخچه این پول‌ها همچنین نشان می‌دهد که مردم، هرچند ناتوان، راه‌هایی برای به چالش کشیدن سیستم‌های نشانه‌گذاری غالب پیدا می‌کنند، استفاده از بودجه‌های محدود خود را به روش‌هایی هدایت می‌کنند که زندگی اجتماعی‌شان را تعریف، حفظ و گاهی تغییر می‌دهد. مبارزه بر سر بیمه خاکسپاری را به یاد بیاورید: مشتریان رفاهی اصرار داشتند، با وجود انتقادات و محدودیت‌های تعیین‌شده توسط کارگران اجتماعی، که نشانه‌گذاری پول‌های مرگ یک تصمیم اقتصادی اساسی و غیرقابل مذاکره است.

در واقع، مردم در همه موقعیت‌های اقتصادی آن‌قدر به تمایز مناسب پول‌هایشان اهمیت می‌دهند که برای حفظ یا تغییر سیستم‌های نشانه‌گذاری مبارزه می‌کنند. اهمیت دارد که پول خانگی با پرداخت برای خدمات متفاوت باشد، یا یک چک رفاهی از کمک زندان متمایز باشد. به همین دلیل است که تعریف پول‌های خانگی، هدیه و خیریه اغلب به بحث‌های عمومی داغ منجر شد، بحث‌هایی که نه تنها در خلوت خانوارها یا محدوده دفاتر رفاهی، بلکه در مطبوعات عمومی، سرمقاله‌های روزنامه‌ها و مقالات مجلات مطرح شدند.

پول‌های متعدد به‌عنوان نمادهای قدرتمند و قابل مشاهده از انواع خاص روابط اجتماعی و معانی اهمیت دارند. اما آن‌ها بیش از این هستند؛ آن‌ها مستقیماً بر شیوه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند. مردم نه تنها درباره پول‌های مختلف خود متفاوت فکر می‌کنند یا احساس می‌کنند، بلکه آن‌ها را خرج می‌کنند، پس‌انداز می‌کنند یا برای مقاصد مختلف و به افراد مختلف می‌دهند. علاوه بر این، برخی گروه‌ها - مانند مورد کارگران رفاهی - برنامه‌های اصلاحی کاملی را برای گسترش یک سیستم خاص از نشانه‌گذاری پول‌ها برپا می‌کنند.

آیا پول منحصر به فرد است؟

نشانه‌گذاری پول‌ها یک فرآیند اجتماعی منحصر به فرد نیست، چه آن را به استفاده‌های پول قانونی محدود کنیم و چه اختراع یا تبدیل دیگر اشیاء را که به‌عنوان رسانه‌های مبادله عمل می‌کنند شامل شود. مردم همه نوع اشیاء و رویدادها - زمان، مکان، غذا، هنر، مد، ادبیات، زبان - را تمایز می‌دهند، نشانه‌گذاری می‌کنند و جدا می‌کنند، و بدین ترتیب دسته‌های خاصی از روابط اجتماعی را تعریف می‌کنند و سیستم‌های نمادین مختلفی را بیان می‌کنند. برای مثال، ادبیات پویای جدید درباره مصرف اخیراً نشان داده است که مصرف‌گرایی به‌دور از استانداردسازی سلیقه‌ها و شیوه‌ها، راه‌های جدیدی برای غنی‌سازی زندگی اجتماعی و شخصی با معانی مدرن متعدد خلق کرده است. با تکثیر کالاهای تولید انبوه در آغاز قرن بیستم، آمریکایی‌ها به یک ملت از مصرف‌کنندگان قابل تعویض تبدیل نشدند. در عوض، مردم دارایی‌های مادی جدید خود - مانند خودروها، رادیوها، ماشین‌های

لباسشویی، لباس‌ها یا لوازم آرایشی - را به اشیاء معنادار اجتماعی تبدیل کردند و محصولات بازار انبوه را در شبکه‌های شخصی‌سازی‌شده ادغام کردند.

با فاصله گرفتن از یک مدل سودگرایانه و اتمی مصرف، که در آن کالاها صرفاً برای کیفیت و قیمتشان انتخاب می‌شوند، نظریه‌پردازان مصرف، از وبلن تا بوردیو، کالاها را به‌عنوان سرخ‌هایی برای دنیای نمادین در حال تغییر گروه‌های اجتماعی بررسی می‌کنند. بهترین تحلیل‌های مستند آن‌ها، کسب کالاها را به‌عنوان نشانه‌های فرهنگی جایگاه طبقاتی بررسی می‌کنند، از جمله آنچه جامعه‌شناس پیر بوردیو به‌عنوان «سرمایه فرهنگی» مردم شناسایی می‌کند. مورخان این تمایز فعال، پیچیده و معنادار کالاهای مصرفی را مستند می‌کنند. مصرف‌کننده «بی‌دفاع»، همان‌طور که جامعه‌شناس مایکل شادسون بیان می‌کند، به‌عنوان یک شرکت‌کننده خلاق در ساخت فرهنگ مصرفی بازسازی می‌شود، نه قربانی بیگانه‌شده از یک تهاجم تجاری انبوه. نکته عمومی‌تر است. بارها، مردم از کالاها به‌طور همزمان به‌عنوان نشانه‌های رتبه اجتماعی‌شان، به‌عنوان شاخص‌های هویت‌های جمعی مشترک دیگر، و به‌عنوان نشانه‌های فردیتشان استفاده می‌کنند.

چند نمونه مشخص از اینکه چگونه مردم کالاهای خریداری‌شده را به دارایی‌های معنادار تبدیل می‌کنند را در نظر بگیرید. برای مثال، مورد مهاجران یهودی اروپای شرقی در اوایل قرن را در نظر بگیرید. خرید یک دست لباس جدید، یا یک پیانو، یا انتخاب یک محصول با برند معروف، یا پرداخت هزینه برای تعطیلات تابستانی صرفاً معاملات اقتصادی نبودند؛ بلکه، همان‌طور که مطالعه اندرو هاینزه درباره مهاجران یهودی در لوور ایست ساید نیویورک در دهه‌های پیش از جنگ جهانی اول مستند می‌کند، این کالاها و فعالیت‌های لوکس به بخش مرکزی ساخت نمادین هویت آمریکایی جدید این مهاجران یهودی تبدیل شدند. با این حال، این یک داستان ساده از آمریکایی شدن نیست، بلکه یک فرآیند فرهنگی پیچیده است که سبک یهودی از آمریکایی‌گرایی را خلق کرد، که در آن کالاهای بازار انبوه اغلب در جشن رویدادهای آیینی سنتی، مانند شبات، هانوکا، یا پسخ ادغام می‌شدند.

تلاش‌های فعال یهودیان آمریکایی برای ساخت «زندگی معنادار با محصولات جدید»، به قول هاینزه، نه تنها پیچیده بود، بلکه مورد مناقشه نیز بود. کالاهای مادی معانی نمادین متفاوتی برای یهودیان آلمانی طبقه بالا، نسبت به هم‌تایان اروپای شرقی‌شان داشتند. روایت زنده جن وایسمن جوزلیت از فرهنگ خانگی یهودی در نیویورک بین سال‌های ۱۸۸۰ و ۱۹۵۰ نشان می‌دهد که در حالی که اصلاح‌طلبان خانگی یهودی آلمانی مرفه در اوایل قرن به زنان خانه‌دار فقیر درباره اهمیت مبلمان خانگی ساده و منظم مشاوره می‌دادند، ساکنان آپارتمان‌ها «رنگ‌های مخملی»، «نقش و نگارها و دست‌های گورگون» مجموعه‌های پارلور سبک ویکتوریایی متأخر را ترجیح می‌دادند. جوزلیت مشاهده می‌کند که «سختی مبلمان سبک میسیون» برای مصرف‌کننده مهاجر که می‌خواست کاناپه و بوفه چوب بلوط انگلیسی‌اش وزن، رنگ و خطوط قوی داشته باشد... یک شیء با اهمیت باشد، جذابیتی نداشت.

همچنین گزارش مورخ لیزابت کوهن درباره پاسخ‌های قومیتی متنوع کارگران صنعتی به فرهنگ انبوه در شیکاگو در دهه ۱۹۲۰ را در نظر بگیرید. اگرچه طبقه کارگر فقط درآمد اختیاری محدودی برای خرج کردن روی اقلام یا فعالیت‌های مصرفی داشت، خریدهای کوچک آن‌ها به‌وضوح توسط نگرانی‌های خاص نشانه‌گذاری شده بود. برای مثال، ایتالیایی‌ها در شیکاگو آهنگ‌های کاروسو یا آهنگ‌های محبوب ایتالیایی را روی گرامافون‌های ویکترولائی تازه خریداری‌شده خود پخش می‌کردند و صداهای فرهنگ ایتالیایی را در خانه‌هایشان زنده نگه می‌داشتند. کارگران قومی در فروشگاه‌های مواد غذایی محلی خود خرید می‌کردند، جایی که زنان ایتالیایی اسکارول، برگ قاصدک و انواع مختلفی از پاستا را پیدا می‌کردند، در حالی که زنان یهودی می‌توانستند گوشت کوشر یا نان خالا بخرند. حتی وقتی به سینما می‌رفتند، قومیت تجربه‌شان را رنگ‌آمیزی می‌کرد، زیرا «زبان فریاد و تمسخر که به‌طور معمول به فیلم‌های صامت صدا می‌داد» شخصیت قومی جامعه را منعکس می‌کرد. کوهن مشاهده می‌کند که فروشگاه‌ها و تئاترهای محله‌ای «محصولات استاندارد شده را با فرهنگ محلی، به‌ویژه قومی، هماهنگ می‌کردند». گوش دادن به رادیو

نیز همین‌طور بود، زیرا گروه‌های مختلف از ایستگاه‌ها برای پخش اخبار و اطلاعات قومی استفاده می‌کردند.

نشانه‌گذاری کالاهای مصرفی توسط گروه‌های قومی و مذهبی مختلف، توسط طبقه، جنسیت و سن، موازی با تمایز پول‌ها است و فراگیری نشانه‌گذاری را مستند می‌کند، زیرا مردم با شخصی‌سازی دارایی‌ها و فعالیت‌های مادی به زندگی فردی و جمعی خود معنا می‌بخشند. در این راستا، استفاده‌های تخصصی پول در مراسم ازدواج، هدیه دادن، یا هزینه‌های خانوار، نمونه‌هایی از تمایز عمومی مصرف و مبادله توسط طبقه، نژاد، سن، مذهب، جنسیت یا منطقه هستند.

با این حال، مورد پول منحصر به فرد است. در روایت‌های ابزاری‌سازی و منطقی‌سازی زندگی مدرن، پول جایگاه مرکزی را اشغال می‌کند؛ نظریه‌پردازان اجتماعی کلاسیک به‌طور یکنواخت پول را در انحلال غم‌انگیز یک زندگی اجتماعی پیش‌تر منسجم پیشرو می‌دانند. به نظر می‌رسد پول در یک قلمرو جداگانه عمل می‌کند، یک منطقه آزاد مستقل از هرگونه تأثیرات یا محدودیت‌های معنادار. به‌طور قابل توجهی، حتی تحلیل‌گران فرهنگ مصرف در پول متوقف می‌شوند، گویی کالاهای متمایز اجتماعی ناگزیر با یک پول خنثی و استاندارد خریداری می‌شوند.

جدا از سازه‌های نظری، پول در واقع از دیگر کالاهای اجتماعی متفاوت است: قابل تبدیل‌تر، به‌طور قابل توجهی متحرک، و بسیار قابل انتقال، که مردم را در فواصل زیاد و مناطق زمانی متعدد متصل می‌کند. بدون شک شخصی‌سازی پول نسبت به دیگر اشیاء دشوارتر است. بنابراین، اگر منطقی‌سازی زندگی مدرن جهانی بود، دقیقاً باید با پول اتفاق می‌افتاد. در عوض، تمایز مداوم، پرانرژی و فراگیر پول‌های مدرن قوی‌ترین شواهد را علیه یک مدل همگن و ابزاری از زندگی اجتماعی ارائه می‌دهد.

پول‌های آینده

آیا ما به این نتایج رسیده‌ایم وقتی دیگر اهمیتی ندارد؟ می‌توان روح زیمل را شنید که زمزمه می‌کند: «پس شما چند موج پیدا کردید. جریان همچنان به شدت در جهت نظریات من در حرکت است. فقط صبر کنید، پول جهان را از جادو خالی خواهد کرد. آیا متوجه نشده‌اید که انتقال‌های الکترونیکی پول چگونه همه پول‌ها را به یک «مگابایت پول» جهانی، نامرئی تبدیل می‌کنند؟ آیا نشنیده‌اید که تا سال ۱۹۹۹ جامعه اروپا قصد دارد واحد پول اروپایی (ECU) را معرفی کند، یک پول واحد اروپایی برای جایگزینی همه پول‌های ملی؟ پول نه تنها روز به روز همگن‌تر می‌شود، بلکه غیرقابل توقف نیز می‌گردد. فقط به اطراف خود نگاه کنید: پول همه جنبه‌های زندگی اجتماعی را به کالاهای قابل بازاریابی تبدیل می‌کند - خون، نوزادان، اندام‌ها، خواستگاری، مراسم خاکسپاری».

ناظران اجتماعی معاصر صدای روح زیمل را تکرار می‌کنند و به ما درباره آنچه جامعه‌شناس رابرت بلا و همکارانش به عنوان «استبداد رو به رشد بازار» توصیف می‌کنند هشدار می‌دهند. آلن ولف استدلال می‌کند که در دو دهه گذشته، منطق بازار روز به روز بیشتر به صمیمی‌ترین روابط اجتماعی ما در خانواده و جامعه نفوذ کرده است. در حالی که حوزه‌های همبستگی، نوع دوستی و محبت در زندگی آمریکایی باقی مانده‌اند، ولف به شدت نگران است و نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر مرزهای بین جامعه مدنی و بازار به‌طور فزاینده‌ای تضعیف شده‌اند، زیرا «به شکلی بی‌سابقه در تجربه آمریکایی، بازار نه تنها در حوزه اقتصادی، بلکه در حوزه‌های اخلاقی و اجتماعی نیز جذاب شده است».

البته، اشکال پول قانونی تغییر کرده و استفاده‌های پول تکثیر شده است. با این حال، هیچ نشانه‌ای برای اینکه مردم نشانه‌گذاری پول‌های متعدد خود را کنار بگذارند، وجود ندارد. درست است که بانک‌ها اکنون به انتقال‌های خودکار وابسته‌اند، اما حساب‌های «کلوپ» ویژه باقی می‌مانند؛ پول‌های کریسمس، هانوکا یا تعطیلات به‌صورت خودکار از حساب‌های افراد برداشت می‌شود. حتی سیستم رفاه پرداخت‌های رفاهی الکترونیکی را بدون کنار گذاشتن محدودیت‌هایش امتحان می‌کنند. نشانه‌گذاری کامپیوتری در واقع روز به روز امکان تنظیم، نظارت و تمایز مزایا را بیشتر می‌کند. با پول‌های بین‌المللی جدید، دامنه نشانه‌گذاری ممکن است افزایش یابد و تکنیک‌های نشانه‌گذاری متفاوت خواهد بود،

اما تمایز باقی می‌ماند. در واقع، با انفجار کامپیوترهای شخصی، ظرفیت مردم برای خلق و جداسازی پول‌های جدید حتی سریع‌تر از هر استانداردسازی پول بین‌المللی در حال گسترش است. اگر تحلیل این کتاب درست باشد، مردم از این ظرفیت با تنوع خارق‌العاده‌ای از نوآوری‌های پولی بهره خواهند برد.

چشم‌انداز جامعه‌ای که به‌طور کامل به یک بازار کالایی تبدیل شده، چیزی بیش از یک سراب نیست. پول به یک ویرانگر آزاد، خنثی و خطرناک روابط اجتماعی تبدیل نشده است. با پیچیده‌تر شدن جهان، برخی چیزها البته استاندارد و جهانی می‌شوند؛ اما با افزایش ارتباطات از راه دور، برای افراد در همه جا زندگی و انتخاب‌هایشان پیچیده‌تر می‌شود. نشانه‌گذاری پول‌ها یکی از راه‌هایی است که مردم از طریق آن روابط اجتماعی پیچیده و گاهی آشوبناک خود را معنا می‌بخشند و معانی مختلفی را به مبادلات متنوع خود می‌آورند. به همین دلیل است که می‌توانیم انتظار داشته باشیم اشکال جدیدی از نشانه‌گذاری با تغییر اجتماعی تکثیر شوند. به همان اندازه که پول در زندگی اجتماعی برجسته‌تر می‌شود، مردم آن را جدا می‌کنند، تمایز می‌دهند، برچسب می‌زنند، تزئین می‌کنند و شخصی‌سازی می‌کنند تا نیازهای اجتماعی پیچیده خود را برآورده کنند. مانند فونس و اعداد خاصش، ما به خلق نام‌های جدید، تعریف استفاده‌های جدید و تعیین کاربران جداگانه برای ارزش‌های متعدد خود ادامه خواهیم داد.

پس‌گفتار به ویرایش ۲۰۱۷

وقتی یک کتاب دوباره متولد می‌شود، ناگزیر با یک تاریخ انباشته‌شده می‌رسد، که پیشینیانش را با نسل‌های بعدی‌اش پیوند می‌دهد. در سال ۱۹۹۴، وقتی «معنای اجتماعی پول» برای اولین بار منتشر شد، ورودش توسط سه متفکر اجتماعی برجسته، آلبرت هیرشمن، پیر بوردیو و چارلز تیلی تأیید شد. در سال ۲۰۱۷، این کتاب با یک پیشگفتار جدی از نایجل دود، که کتابش در سال ۲۰۱۴، «زندگی اجتماعی پول» (انتشارات دانشگاه پرینستون)، به‌طور قدرتمندی نشان می‌دهد که این حوزه در بیست و سه سال گذشته

چقدر پیشرفت کرده است، دوباره ظاهر می‌شود. تولد جدید «معنای اجتماعی»، علاوه بر این، با مجموعه «گفت‌وگوهای پول» PUP، که من با دو جامعه‌شناس جوان با استعداد، شاگردان سابقم نینا باندلی و فردریک وری ویرایش کردم، همزمان است. این جلد مجموعه‌ای خیره‌کننده از ستارگان برجسته بین‌رشته‌ای و بین‌المللی را در کنار نسل جدیدی از پژوهشگران گرد هم می‌آورد. آن‌ها با هم درک معنای اجتماعی پول را در جهت‌های نوینی پیش می‌برند.

شیوه‌های پولی نیز از زمان اولین ویرایش کتاب تحول یافته‌اند. در تأمل درباره آینده پول، آن زمان پیش‌بینی کرده بودم: «با انفجار کامپیوترهای شخصی، ظرفیت مردم برای خلق و جداسازی پول‌های جدید حتی سریع‌تر از هر استانداردسازی پول بین‌المللی در حال گسترش است. اگر تحلیل این کتاب درست باشد، مردم از این ظرفیت با تنوع خارق‌العاده‌ای از نوآوری‌های پولی بهره خواهند برد» (۱۹۹۴: ۲۱۵). امروزه ما قطعاً دنیای پولی روز به روز متنوع‌تر و شخصی‌سازی‌شده را تجربه می‌کنیم. در کنار پول نقد، چک‌ها، کارت‌های نقدی و اعتباری، مجموعه‌ای از پول‌ها و سیستم‌های پرداخت جایگزین شامل ارزهای دیجیتال و مجازی، سیستم‌های پرداخت موبایلی، انتقال‌های پول هم‌تا به هم‌تا به علاوه ارزهای محلی جامعه‌ای در حال تکثیر هستند. فناوری‌های نوظهور به جای حذف، تمایزهایی را که در «معنای اجتماعی پول» مستند شده‌اند، تسهیل کرده‌اند.

تولد دوباره کتاب تأملاتی درباره زندگی‌نامه آن را برمی‌انگیزد (و بدین ترتیب خطر خودپسندی را به همراه دارد). در جشن «بیست و یکمین سالگرد» برای «معنای اجتماعی پول» که در سال ۲۰۱۵ توسط فلورانس وبر، آنژل کریستین (شاگرد سابق)، و آنیس گرامن (با همکاری ایلکا واری-لاووازیه) در مدرسه نرمال سوپریور در پاریس سازمان‌دهی شد، من درباره ریشه‌های «وسواس نسبت به پول» گزارش دادم. اینجا بگذارید روی چهار سؤال متداولی که در طول سال‌ها هنگام صحبت درباره کتاب در کنفرانس‌ها و کلاس‌های درس از من پرسیده شده تمرکز کنم: اول، چرا تصمیم گرفتم این کتاب را بنویسم؟ دوم، اگر امروز آن را می‌نوشتم چه کار متفاوتی انجام می‌دادم؟ سوم، این کتاب چگونه در جامعه‌شناسی

اقتصادی دهه ۱۹۹۰ قرار گرفت؟ چهارم، آیا استدلال کتاب می‌تواند سیاست اجتماعی را آگاه کند؟

درباره مفهوم کتاب: همه چیز از زمانی شروع شد که من مرگ و کودکی را مطالعه می‌کردم. شیفتگی‌ام به معنای اجتماعی پول از علاقه دیرینه‌ام به ارزش‌گذاری زندگی‌های انسانی سرچشمه گرفت، نه از ایده‌های کلی درباره ماهیت پول. با ردیابی پاسخ‌های فرهنگی به بیمه عمر، مجذوب مقاومت شدید به آنچه بسیاری به‌عنوان «پول مرگ» نامقدس نکوهش می‌کردند شدم و اینکه چگونه این پول به‌تدریج مشروعیت اخلاقی به دست آورد و در مفاهیم قرن بیستمی از «مرگ خوب» جای گرفت (زلیزر ۱۹۷۹). بعداً، وقتی کتابی درباره ارزش‌گذاری اقتصادی و احساسی در حال تغییر کودکان در ایالات متحده در اوایل قرن بیستم نوشتم، به همان اندازه مناقشات داغی را درباره قیمت‌گذاری کودکان توسط بازارهای فرزندخواندگی و در جبران قانونی برای مرگ ناحق آن‌ها کشف کردم. بررسی زندگی کودکان همچنین من را به نوع دیگری از بحث درباره اینکه چه چیزی دسته‌بندی مشروع از پول کودک را تشکیل می‌دهد، به‌ویژه اختراع کمک‌هزینه، هدایت کرد (زلیزر ۱۹۸۵).

کار بر روی این پول‌های مختلف ناگزیر سؤالات عمومی‌تری درباره نحوه کار پول ایجاد کرد. این جست‌وجو من را به کاوش بیشتر در چندگانگی پول با بررسی معاملات خانوار، تبدیل پول به یک هدیه شخصی، و مناقشات بر سر پول‌های رفاهی سوق داد. هر یک از این‌ها به فصل‌هایی در «معنای اجتماعی پول» تبدیل شدند. دو مجموعه دیگر از پول‌ها هرگز به کتاب راه نیافتند. پیشنهاد اولیه من شامل فصل‌هایی درباره «پول نهادی» بود که قصد داشت تخصیص و تنظیم رسمی و غیررسمی پول را در نهادهای مختلف، یعنی زندان‌ها و کالج‌ها، تحلیل کند. همچنین خواستار فصلی درباره «پول مقدس» بود که می‌پرسید تحت چه شرایطی پول ارزش مقدس، مذهبی یا اخلاقی به دست می‌آورد و چه زمانی به ضد آن یعنی پول «کثیف» یا نامقدس تبدیل می‌شود.

البته اکثر کتاب‌ها مسیرهای غیرمنتظره‌ای را طی می‌کنند که اغلب روایت اولیه مورد نظرشان را بازتعریف می‌کنند. در واقع، من فقط فصل اول «معنای اجتماعی پول» را در

انتهای نوشتن کتاب به پایان رساندم، زیرا در نهایت یک پارادوکس تاریخی زیربنایی را درک کردم. درست زمانی که دولت فدرال ایالات متحده، پس از تلاش قانونی بسیار، یک ارز ملی استاندارد شده را به دست آورده بود، مردم با ایجاد انواع تمایزات و حتی اختراع اشکال جدیدی از پول‌ها، یکنواختی پولی را مدام مختل می‌کردند.

اگرچه در ابتدا کتاب تأثیر کمتری از آنچه امیدوار بودم بر بحث‌های عمومی درباره فرآیندهای پولی داشت، اما در نهایت دیدگاه‌های غیرمتعارف من مرا به گفت‌وگو، گاهی بحث‌برانگیز، با حامیان یک درک جهانی‌تر و قابل تبدیل‌تر از پول کشاند. در جریان چنین تبادلاتی، من به تمایز روشن‌تری بین سه مؤلفه پول رسیدم: سیستم‌های حسابداری، رسانه‌هایی که این سیستم‌های حسابداری را نمایندگی می‌کنند، و شیوه‌هایی که استفاده مردم از سیستم‌های حسابداری و رسانه‌ها را هدایت می‌کنند. در هر سه مورد، مشارکت متمایز من شناسایی میزان عظیمی بود که سیستم‌های حسابداری، رسانه‌ها و شیوه‌ها با مذاکره مردم در روابط بین‌فردی تغییر می‌کنند، به آن‌ها پاسخ می‌دهند و آن‌ها را آگاه می‌کنند.

اگر امروز کتاب را می‌نوشتم چه کار متفاوتی انجام می‌دادم؟ با نگاهی به گذشته به هر خلقی - چه نوشتن یک کتاب باشد یا بزرگ کردن یک کودک - حس شگفتی را به همراه می‌آورد، اما همچنین آگاهی از فرصت‌های از دست‌رفته را ایجاد می‌کند. با بهره‌مندی از نگاه به گذشته، متوجه می‌شوم که «معنای اجتماعی پول» به اندازه کافی جایگاه پول بازار را توضیح نداد و همچنین درباره اخلاقیات متغیر پول به‌طور کامل شرح نداد. اگر اکنون کتاب را می‌نوشتم، این موارد را به‌طور کامل‌تر توضیح می‌دادم:

اول، نقدم را به فرض قابل تبدیل بودن اقتصاددانان با شدت بیشتری اعلام می‌کردم. چالش این کتاب محدود به پول‌های به اصطلاح «نرم» خانوار، هدیه و رفاه نیست، بلکه به آنچه برخی ممکن است به اشتباه «پول واقعی» بنامند نیز گسترش می‌یابد. با نگاهی به گذشته، متوجه می‌شوم که انتخاب یک زیرعنوان گمراه‌کننده برای اولین تلاشم برای به چالش کشیدن نظریه‌های استاندارد پول، که در سال ۱۹۸۹ توسط «مجله آمریکایی جامعه‌شناسی» تحت عنوان «معنای اجتماعی پول: پول‌های ویژه» منتشر شد، اشتباه بود. پول‌های ویژه

این تصور را ایجاد می‌کنند که حوزه‌هایی که کتاب به آن‌ها می‌پردازد، ناهنجاری‌ها یا استثناهایی از پول بازار غالب هستند. من در کتاب صراحتاً چنین نتیجه‌گیری را رد می‌کنم. با این حال، استدلالم گاهی به اشتباه به‌گونه‌ای فهمیده شده که فقط برای پدیده‌های اقتصادی حاشیه‌ای صدق می‌کند، اما نه برای پول‌های به اصطلاح قابل تبدیل که در معاملات بازار تجاری یا حرفه‌ای مبادله می‌شوند.

برای رفع این ابهام، قصد داشتم پس از این کتاب، تحلیلی همزمان از معاملات بازار و خیریه‌ها انجام دهم. برای آن پروژه، «پرداخت‌ها و پیوندهای اجتماعی»، پیشنهاد یک مطالعه تطبیقی از سه شکل پرداخت را دادم: جبران منظم برای کار بر اساس زمان، تلاش یا نتیجه؛ اشکال متناوب و اختیاری پرداخت، مانند پاداش‌ها، جوایز، کمیسیون‌ها؛ و سیستم‌های جبران بحث‌برانگیز از نظر اخلاقی، به‌ویژه در اقتصاد جنسی. در آن زمان، من برای این پروژه از بنیاد گوگنهایم، مؤسسه مطالعات پیشرفته، و دانشگاه پرینستون، و همچنین از شورای تحقیقات علوم رفتاری سیتی‌بانک، جایی که تحلیل تاریخی از اختلافات جبرانی آن بانک را آغاز کرده بودم، بودجه دریافت کردم. با این حال، به‌عنوان نمونه دیگری از انحرافات دانشگاهی، به جز مقاله‌ای که در «فوروم جامعه‌شناسی» (۱۹۹۶) منتشر شد، در نهایت تصمیم گرفتم روی معاملات روابط جنسی تمرکز کنم و بعداً «خرید صمیمیت» (۲۰۰۵) را منتشر کردم. در همین حال، پژوهشگران دیگر چالش گسترش دامنه نشانه‌گذاری به آنچه به نظر می‌رسد انتقال‌های پولی شفاف، آنی و بنابراین از نظر اجتماعی خنثی هستند را بر عهده گرفته‌اند. برای مثال، مقالاتی از بروس کاروترز (۲۰۱۷) و سیمون پلیو (۲۰۱۷) در «گفت‌وگوهای پول» را ببینید.

به‌عنوان اصلاح دوم، پیام هنجاری کتاب را روشن‌تر می‌کردم. گاهی از من پرسیده شده است، در مورد «پول شیطانی» چه می‌توان گفت؟ با برجسته کردن معنای اجتماعی پول، آیا من به‌طور ساده لوحانه پول را از قدرت فرساینده‌اش، از تحقیر صمیمیت، سیاست و غیره پاک نمی‌کنم؟ علاوه بر این، با تمرکز بر مهارت مردم در مدیریت پول‌های مختلفشان، آیا من ناتوانی نهایی آن‌ها را پنهان نمی‌کنم؟ این کتاب قصد داشت با تأکید بر آنچه من «روایت‌های جهان‌های متخاصم» می‌نامم، که مرزهای سفت و سختی بین پول و حوزه‌های

اخلاقی ایجاد می‌کنند، به‌طور قاطع مخالفت کند. همچنین انتظار را که هر تماسی بین این حوزه‌ها ناگزیر اخلاق و رفاه را تهدید می‌کند، به چالش می‌کشد. آنچه هنوز درباره ادعاهای جهان متخاصم مرا شگفت‌زده می‌کند، ناکامی سرسختانه آن‌ها در تشخیص اخلاقیات متنوع پول است. «معنای اجتماعی پول» تلاش کرد با نشان دادن اینکه مردم و نهادها به‌طور منظم از انواع مختلف پول برای حمایت از ادعاهای اخلاقی متعدد استفاده می‌کنند، یک بررسی واقعی از نحوه کار پول انجام دهد.

البته، ما باید نگران استفاده‌های استثماری و فاسد برخی انواع پول باشیم، و باید عمیقاً نگران توزیع نابرابر پول باشیم. با این حال، استدلال‌های علی‌بی‌اساسی که پیش‌بینی می‌کنند پول ناگزیر حوزه‌های اخلاقی و اجتماعی را منحرف می‌کند، به بهبود رفاه جمعی کمک نمی‌کند. ما باید بپرسیم چه زمانی، چگونه و کدام اشکال پول، سلامت اجتماعی را تهدید می‌کنند، اما همچنین: چه زمانی پول نگرانی‌های اخلاقی را تقویت می‌کند و زندگی‌های اجتماعی را پایدار می‌سازد؟ تحت چه شرایطی پولی‌سازی عدالت و برابری را پیش می‌برد؟ برای مثال، کارشناسان در اقتصاد مراقبت به‌طور گسترده نشان داده‌اند که افسانه‌های جهان متخاصم درباره اثرات تحقیرآمیز پول در انجام مراقبت، به تضعیف سلامت مالی کارگران مراقبت کمک کرده است. یا استدلال انسان‌شناس جیمز فرگوسن (۲۰۱۴) را که از تجربه آفریقای جنوبی گرفته شده، در نظر بگیرید، که سوءظن بیش از حد به تأثیر فاسدکننده پول می‌تواند برنامه‌های انتقال نقدی ارزشمند برای جمعیت‌های فقیر را تضعیف کند.

بنابراین، نشانه‌گذاری پول‌ها باید به‌دقت بررسی شود تا چنین اثرات پیچیده‌ای را ثبت کند. برای مثال، اقتصادهای خانوار که در «معنای اجتماعی پول» بررسی شده‌اند، خلق پرجنب‌وجوش جهان‌های پولی صمیمی را به تصویر می‌کشند. اما همچنین نشان می‌دهند که نشانه‌گذاری پول‌های زنان اغلب در خدمت اعمال وابستگی همسران و تقویت نابرابری جنسیتی بوده است. چه به‌عنوان کمک‌هزینه، پول خیاطی، «پول تخم‌مرغ»، پول خرج کردن، پول جیب، «کمک»، یا اخیراً «پاداش همسر» (مارتین ۲۰۱۴) نشانه‌گذاری شود، پول‌های زنان به‌عنوان بخش‌های عادلانه از درآمد مشترک خانوار شناخته نمی‌شوند. به

همین ترتیب، تاریخچه ارائه رفاه در ایالات متحده پر از مثال‌هایی است که نشان می‌دهد چگونه اشکال متغیر انتقال‌های نهادی مانند حمایت غیرنقدی، کمک نقدی یا کوپن‌های غذا، انتخاب‌های گیرندگان را محدود کرده و رفتارشان را تنظیم می‌کند. با این حال، تاریخچه این پول‌ها همچنین نشان می‌دهد که مردم، هرچند ناتوان، راه‌هایی برای به چالش کشیدن سیستم‌های نشانه‌گذاری غالب پیدا می‌کنند، و استفاده از بودجه‌های محدود خود را به روش‌هایی هدایت می‌کنند که روابط اجتماعی‌شان را حفظ کرده و به زندگی‌شان معنا می‌بخشد.

خوشبختانه، نسل جدیدی از پژوهشگران کاوش در جهان‌های اخلاقی و اجتماعی چندوجهی پول را بر عهده گرفته‌اند. برای مثال، روایت دود (۲۰۱۷) از آنچه او «پول‌های آرمان‌شهری» می‌نامد، مانند پول‌های محلی و برخی معاملات وام‌دهی همتا به همتا، به مواردی اشاره دارد که مردم از پول برای تقویت ارتباطات اجتماعی خود استفاده می‌کنند. علاوه بر این، تحلیل‌گران با مهارت ایدئولوژی‌های جهان‌های متخاصم را تاریخی‌سازی کرده‌اند و تسلط اخلاقی آن‌ها را توضیح داده‌اند، و پرسیده‌اند که چه زمانی و چرا این ایدئولوژی‌ها پدیدار می‌شوند، چه کسانی از آن‌ها حمایت یا آن‌ها را رد می‌کنند، و با چه پیامدهایی آن‌ها رواج می‌یابند. (برای مثال، ایچ ۲۰۱۶؛ دسان ۲۰۱۴، ۲۰۱۷؛ فورکاد و هیلی ۲۰۰۷؛ گروال ۲۰۱۷).

جایگاه «معنای اجتماعی پول» در جامعه‌شناسی اقتصادی چه بود؟ در سال ۱۹۹۴، تمرکز این کتاب بر خانوارها، هدایا و رفاه، آن را در حوزه‌ای که عمدتاً بر شرکت‌های سرمایه‌داری و بازارها متمرکز بود، به یک مورد غیرمعمول تبدیل کرد. علاوه بر این، این کتاب یک تفسیر فرهنگی به همراه داشت که در آن زمان در رویکرد غالب ساختار-شبکه‌ای جامعه‌شناسی اقتصادی حاشیه‌ای باقی مانده بود. در واقع، در آن زمان من همچنان خود را عمدتاً یک جامعه‌شناس تاریخی فرهنگی می‌دانستم، و بنابراین از نظر فکری به‌طور آشکار با این حوزه سازگار نبودم. در واقع، اولین مقاله‌ای که ارائه دادم و از تحقیقات این کتاب گرفته شده بود، در جلسه‌ای با عنوان «ساخت فرهنگی زندگی‌های انسانی» بود که توسط آن سویدلر در نشست سالانه انجمن جامعه‌شناسی آمریکا در سال ۱۹۸۶ سازمان‌دهی شده بود.

بنابراین، من از طریق در کناری و از دری زنانه وارد حوزه جامعه‌شناسی اقتصادی شدم، در تخصصی که اکثر پژوهشگران برجسته آن مرد بودند. علاوه بر این، اگرچه در حوزه جامعه‌شناسی تاریخی کار می‌کردم، حتی در آنجا، همان‌طور که جولیا آدامز و همکارانش در «بازسازی مدرنیته» اشاره می‌کنند، رویکرد من نسبت به مطالعات تاریخی تطبیقی کلان غالب چارلز تیلی و تدا اسکوپول حاشیه‌ای باقی ماند (۲۰۰۵: ۷). اما این بیش از دو دهه پیش بود. جامعه‌شناسی اقتصادی قطعاً به‌طور چشمگیری تغییر کرده است، زیرا این حوزه رویکردهای فرهنگی را پذیرفته و قلمرو تحقیقات خود را گسترش داده است. با شکوفایی جامعه‌شناسی اقتصادی، به‌ویژه در ۱۰ تا ۱۵ سال گذشته، پژوهشگران جوان‌تر در ایالات متحده و خارج از آن به تدریج مرزهای آنچه به‌عنوان فعالیت اقتصادی «واقعی» تعریف می‌شود را گسترش داده‌اند. این پژوهشگران نوآور، با فاصله گرفتن از توجه انحصاری به شرکت‌ها و بازارهای سرمایه‌داری، خانوارها، بازارهای کالاهای انسانی، هنر، کار مراقبتی، اقتصادهای غیررسمی و موارد دیگر را مطالعه می‌کنند و روز به روز بیشتر به جنسیت، نژاد و دیگر دسته‌بندی‌های تمایز اجتماعی توجه می‌کنند.

کار بر روی «معنای اجتماعی پول» بر تحلیل‌های بعدی خودم تأثیر گذاشت. پس از شناسایی فرآیند نشانه‌گذاری پول‌ها، شروع به درک این کردم که آنچه اکنون «کار رابطه‌ای» می‌نامم، برای توضیح همه اشکال فعالیت اقتصادی مرکزی است. توضیحات رابطه‌ای، پول‌های متعدد و شیوه‌های پولی را به روابط اجتماعی مرتبط می‌کنند با این استدلال که مردم به‌طور منظم اشکال انتقال‌های پولی را متناسب با تعاریف خود از نوع رابطه‌ای که بین آن‌ها وجود دارد، تمایز می‌دهند. منظورم از کار رابطه‌ای صرفاً تلاش رابطه‌ای کلی نیست، بلکه یک فرآیند بسیار خاص و پویا است که از طریق آن مردم تطابق‌های خوبی (یا در نهایت عدم تطابق‌هایی) بین پیوندهای اجتماعی متمایز، معاملات اقتصادی، رسانه‌های مبادله و معانی متغیر مذاکره می‌کنند.

در نهایت، آیا تحلیل پول‌های متعدد ارتباطی با سیاست اجتماعی دارد؟ مشخص شده است که یکی از غیرمنتظره‌ترین کاربردهای «معنای اجتماعی پول» توسط مجموعه‌ای از پژوهشگران انجام شده است که استدلال‌های این کتاب را به قلمرو سیاست گسترش

داده‌اند. برای مثال، در تحقیق درباره بازپرداخت اعتبار مالیاتی درآمد کسب‌شده (EITC)، جنیفر سایکس، کترین کریز، کترین ادین و سارا هالپرن-میکین (۲۰۱۵) کشف کردند که گیرندگان طبقه کارگر کم‌درآمد چگونه و چرا آن درآمد را نشانه‌گذاری می‌کردند و بازپرداخت را متفاوت از دیگر منابع درآمدی، چه دستمزد یا رفاه، خرج می‌کردند. به‌ویژه، برای خانواده‌های درگیر، بازپرداخت مالیاتی انتقال باوقارتر از دیگر اشکال کمک دولتی را نشان می‌داد. تفاوت در مقدار پول نبود، بلکه در شکل و معنای پرداخت بود.

به همین ترتیب، جاناتان موردوخ در پروژه پیشگام «دفترچه‌های مالی ایالات متحده»، تأثیر نشانه‌گذاری را بر شیوه‌های مالی خانواده‌های کم‌درآمد خاطرنشان می‌کند. موردوخ نتیجه می‌گیرد که توجه به چنین تمایزات پولی می‌تواند تفاوت قابل توجهی در اجرای مداخلات سیاستی موفق ایجاد کند (۲۰۱۷؛ همچنین ببینید موردوخ و اشنایدر ۲۰۱۷). در همین حال، فردریک وری، کریستین سیفلت و آنتونی آلوارز در حال حاضر نظریه نشانه‌گذاری را به کار می‌برند تا یاد بگیرند چگونه جمعیت‌های کم‌درآمد بدون دسترسی به اعتبار می‌توانند در جریان اصلی مالی گنجانده شوند. اگرچه هنوز از تأثیر سیاستی نظریه‌های حسابداری ذهنی اقتصاد رفتاری فاصله دارد، یک رویکرد نشانه‌گذاری جامعه‌شناختی کاربردی این پتانسیل را دارد که مداخلات سیاستی نادرست را هدایت کند. امیدوارم که با پیروی از راه موردوخ، اقتصاددانان و جامعه‌شناسان بیشتری در سراسر مرزهای رشته‌ای همکاری کنند تا توضیحات و کاربردهای نظریه پولی ما را بهبود بخشند.

بیست و سه سال پس از تولد «معنای اجتماعی پول»، من همچنان از تلاش‌های پیچیده‌ای که مردم برای نشانه‌گذاری تفاوت‌ها بین پول‌هایی که به دست می‌آورند، خرج می‌کنند، هدیه می‌دهند یا احتکار می‌کنند، شگفت‌زده‌ام. و اینکه این تمایزات چقدر برای روابط صمیمی و حرفه‌ای آن‌ها اهمیت دارند، حتی برای کسانی که با چالش‌های اقتصادی و اجتماعی دله‌ره‌آوری مواجه هستند. بنابراین، وسواسم نسبت به پول ادامه دارد. اخیراً به دنیای دانشجویان کالج منتقل شده است. با تمرکز بر پرینستون، و در همکاری با لورن گایدوش، دانشجوی سابق دکتری‌ام، ما در حال حاضر مدیریت نابرابری‌های روزمره

دانشجویان را با تمرکز بر معاملات اقتصادی بین‌طبقاتی آن‌ها، از جمله استفاده‌هایشان از پول، بررسی می‌کنیم.

هنوز چیزهای زیادی درباره پول برای کاوش باقی مانده است. اما من به قول نویسنده برجسته اسپانیایی فرانسیسکو د کُودو در قرن هفدهم (که توسط خورخه لوئیس بورخس در گزارش جذاب «گزارش برودی» تأیید شده است) پایبند خواهم ماند: «خدا شمای خواننده را، از مقدمه‌های طولانی حفظ کند.» همین باید برای پس‌گفتارهای قرن بیست و یکم نیز صدق کند.

یادداشت

۱. من برخی از مطالب این پس‌گفتار را از آن کنفرانس و همچنین از کریستین و همکاران (۲۰۱۶) و «گفت‌وگو درباره پول» استخراج کرده‌ام. مصاحبه برای *حساب‌ها*، خبرنامه جامعه‌شناسی اقتصادی انجمن جامعه‌شناسی آمریکا، تابستان ۲۰۱۶.

منابع پس‌گفتار

آدامز، جولیا، الیزابت اس. کلمنز، و آن شولا اورلاف. ۲۰۰۵. *بازسازی مدرنیته: سیاست، تاریخ و جامعه‌شناسی*. دورهام و لندن: انتشارات دانشگاه دوک.

بورخس، خورخه لوئیس. [۱۹۷۰] ۲۰۰۵. *گزارش برودی*. نیویورک: پنگوئن کلاسیک.

کاروترز، بروس. ۲۰۱۷. «معنای اجتماعی اعتبار، ارزش و مالی». در نینا باندلی، فردریک وری، و ویویانا زلیزر (ویراستاران)، *گفت‌وگوهای پول: توضیح اینکه پول واقعاً چگونه کار می‌کند*. پرینستون، نیوجرسی: انتشارات دانشگاه پرینستون.

کریستین، آنزل، آنیس گرامن، و فلورانس وبر. ۲۰۱۶. «پول و ارزش: بیست سال پس از *معنای اجتماعی پول* ویویانا زلیزر». *کتاب‌ها و ایده‌ها*
<http://www.booksandideas.net/Money-Value.html>

دسا، کریستین. ۲۰۱۴. *ساختن پول: سکه، ارز و ظهور سرمایه‌داری*. نیویورک: انتشارات دانشگاه آکسفورد.

دسا، کریستین. ۲۰۱۷. «رویکرد قانون اساسی به پول: طراحی پولی و تولید جهان مدرن». در نینا باندلی، فردریک وری، و ویویانا زلیزر (ویراستاران)، *گفت‌وگوهای پول: توضیح اینکه پول واقعاً چگونه کار می‌کند*. پرینستون، نیوجرسی: انتشارات دانشگاه پرینستون.

دود، نایجل. ۲۰۱۷. «پول‌های آرمان‌شهری: ارزش‌های مکمل، بیت‌کوین و زندگی اجتماعی پول». در نینا باندلی، فردریک وری، و ویویانا زلیزر (ویراستاران)، *گفت‌وگوهای پول: توضیح اینکه پول واقعاً چگونه کار می‌کند*. پرینستون، نیوجرسی: انتشارات دانشگاه پرینستون.

ایچ، استفان. ۲۰۱۶. «ارز عدالت: پول و اندیشه سیاسی»، رساله دکتری، دانشگاه ییل.

فرگوسن، جیمز. ۲۰۱۴. «زندگی اجتماعی 'پرداخت نقدی': پول، بازارها و هم‌افزایی‌های فقر». در ادوارد اف. فیشر (ویراستار)، *پول روی میز: بازارها، ارزش‌ها و اقتصادهای اخلاقی*. سانتافه، نیومکزیکو: انتشارات مدرسه تحقیقات پیشرفته، صص ۱۱۳-۱۳۱.

فورکاد، ماریون، و کیران هیلی. ۲۰۰۷. «دیدگاه‌های اخلاقی درباره جامعه بازار». *بررسی سالانه جامعه‌شناسی* ۳۳: ۲۸۵-۳۱۱.

گروال، دیوید سینگ. ۲۰۱۷. «سراب بازار». در نینا باندلی، فردریک وری، و ویویانا زلیزر (ویراستاران)، *گفت‌وگوهای پول: توضیح اینکه پول واقعاً چگونه کار می‌کند*. پرینستون، نیوجرسی: انتشارات دانشگاه پرینستون.

مارتین، ونزدی. ۲۰۱۵. *بوزینه‌های پارک اونیو: یک خاطرات*. نیویورک: سایمون و شوستر.

موردوخ، جان‌تان. ۲۰۱۷. «اقتصاد و معنای اجتماعی پول». در نینا باندلی، فردریک وری، و ویویانا زلیزر (ویراستاران)، *گفت‌وگوهای پول: توضیح اینکه پول واقعاً چگونه کار می‌کند*. پرینستون، نیوجرسی: انتشارات دانشگاه پرینستون.

موردوخ، جان‌تان و راشل اشنایدر. ۲۰۱۷. *دفترچه‌های مالی: چگونه خانواده‌های آمریکایی در جهانی از عدم قطعیت کنار می‌آیند*. پرینستون، نیوجرسی: انتشارات دانشگاه پرینستون.

پلیو، سیمون. ۲۰۱۷. «از پول صنعتی به سرمایه‌گذاری عمومی». در نینا باندلی، فردریک وری، و ویویانا زلیزر (ویراستاران)، *گفت‌وگوهای پول: توضیح اینکه پول واقعاً چگونه کار می‌کند*. پرینستون، نیوجرسی: انتشارات دانشگاه پرینستون.

سایکس، جنیفر، کترین کریز، کترین ادین، و سارا هالپرن-میکین. ۲۰۱۵. «وقار و رویاها: اعتبار مالیاتی درآمد کسب‌شده (EITC) برای خانواده‌های کم‌درآمد چه معنایی دارد». *بررسی جامعه‌شناسی آمریکا* ۸۰(۲): ۲۴۳-۲۶۷.

زلیزر، ویویانا ای. ۱۹۷۹. *اخلاق و بازارها: توسعه بیمه عمر در ایالات متحده*. نیویورک: انتشارات دانشگاه کلمبیا.

زلیزر، ویویانا ای. ۱۹۸۵. *قیمت‌گذاری کودک بی‌قیمت: تغییر ارزش اجتماعی کودکان*. نیویورک: انتشارات بیسیک.

زلیزر، ویویانا ای. ۱۹۹۶. «پرداخت‌ها و پیوندهای اجتماعی». *فوروم جامعه‌شناسی* ۱۱ (سپتامبر): ۴۸۱-۴۹۵.

زلیزر، ویویانا ای. ۲۰۰۵. *خرید صمیمیت*. پرینستون، نیوجرسی: انتشارات دانشگاه پرینستون.