

Журнал “Социальные исследования”

Экономическая социология и социология денег

Марк Генри Шапиро ^a *

^a независимый исследователь

О СТАТЬЕ

Прохождение статьи:
Поступила: 04.05.2018
Принята: 12.06.2018
Опубликована онлайн:
23.07.2018

Ключевые слова:
денежное поведение;
экономическое поведения;
экономическая социология;
социология денег;
денежная установка

АННОТАЦИЯ

В статье сравниваются операциональные определения социологии экономического поведения и социологии денежного поведения, на основании чего делается вывод об идентичности этих понятий. Описывается объект и предмет исследования в социологии денежного поведения. Предлагается классификация видов и форм денежного (экономического) поведения. Выделяются типы ценностей по основанию видов ресурсов, получаемых посредством денег. Описывается структура денежной установки.

1. Введение

В самом общем смысле деньги – это универсальная шкала, эталон для измерения цены товара. С точки зрения отдельного человека деньги – это символический ресурс, который он может обменять (в том числе в будущем) на товары, либо передать кому-либо для тех же целей.

Различные аспекты, разрабатываемые в рамках отрасли, называемой «социология денег» см., например: [Тимошина, 2007; Аникаева, 2008; Лимаренко, 2012; Baker et al, 1992; Zelizer, 2000]. Единый, общепринятый подход здесь до настоящего времени не сложился. Не в полной мере описаны, выделены объект и

* E-mail: fa08@mail.ru

предмет исследования. Остается не до конца проясненным соотношение понятий экономической социологии и социологии денег.

Вивиана Зелизер отмечает: «Социологи парадоксально относятся к деньгам: с одной стороны, деньги считаются центральным элементом современного общества, но при этом остаются не анализируемой социологической категорией». [Zelizer, 2000; 1888].

В целом совокупность подходов, определяемых как «социология денег», выглядит в некоторой мере мозаичной и фрагментарной. Вероятно, в некоторой мере это происходит вследствие заметного влияния традиций политэкономического, экономического и философского подходов к анализу феномена денег, что, как представляется, не вполне обоснованно расширяет поле исследований. В ряде публикаций больше исследуется сущность денег и денежная система, нежели денежное поведение индивидов. В то время, как представляется, деньги не являются объектом или предметом исследования в социологии, социология исследует поведение людей, детерминированное деньгами.

Цель статьи: уточнить соотношение понятий «социология денег» – «экономическая социология», классифицировать виды и формы денежного (экономического) поведения, классифицировать формы поведения по основанию ценностей, получаемых через денежное поведение.

2. О соотношении экономической социологии и социологии денег

Если понимать социологию как поведенческую науку, то она должна рассматривать поведение различных групп. С точки зрения социологии не столь важно как с экономической точки зрения устроен мир денег, а важно как индивиды воспринимают деньги и оперируют ими, как денежное поведение соотносится с трудовым, инвестиционным и потребительным поведением.

Вероятно, целесообразно очертить границы социологии денег, как отрасли социологии. Социология денег может быть определена как социология денежного поведения, изучающая поведение, связанное с получением, хранением и использованием денег.

По сути, денежное поведение есть синоним понятия «экономическое поведение». Социология экономического поведения, экономическая социология,

также изучает поведение, связанное с получением и использованием денег и иных активов. Если исходить из приведенных пониманий, учитывая, что слово «деньги» в широком понимании есть синоним слова «активы», то следует признать, что социология экономического поведения и социология денежного поведения, социология денег – идентичные понятия¹. При этом понятие денежного поведения представляется более операциональным.

Выделится отдельные виды экономического поведения, например, банковское, финансовое, покупательское.

Надо отметить, ряд авторов широко трактует предметное поле экономической социологии, включая в него поведение опосредовано связанное с экономическими стимулами. Однако многие виды социального поведения в той или иной мере, прямо или опосредовано, связаны с обменом результатами деятельности, но не являются денежным, экономическим поведением в чистом виде.

Объекты исследования в социологии денежного поведения – группы, получающие, сохраняющие и расходующие деньги. Предмет исследования – особенности денежного поведения изучаемых групп. Для исследования могут выделяться группы, различающиеся по способу и размеру получения и расходования денег, полу, статусу и т.п.

3. Ценность, сакральность и идеальность денег

В социологическом смысле деньги являются самостоятельным ресурсом – своим количеством могут увеличивать, уменьшать у субъекта такие ресурсы как статус, престиж, власть (влияние), материальное благосостояние.

С момента, когда деньги «отрываются» от товарной формы, они становятся самостоятельной ценностью, фетишизируются, приобретают элемент сакральности и уже могут «жить своей отдельной жизнью». Сакральность денег проявляется и в том, что деньги, воспринимаемые во многом как идеальный символ, обладают способностью «порождать» (дарить) материальные предметы. Деньги, если их достаточно, обладают «мистической, сакральной» способностью удовлетворить

¹ Некоторые авторы социологию денег рассматривают как подотрасль экономической социологии.

почти любое желание. Возможно могут быть различные точки зрения по вопросу возрастания или уменьшения сакральности денег.

Переход денег от товарной формы к бумажной, а затем и к электронной, переводит деньги из предметной, материальной формы в виртуальную, идеальную. Получая зарплату на банковскую карту и расплачиваясь ею в магазине, индивид уже не видит, не чувствует, не осязает денег.

Восприятие денег приобретает новые формы. Деньги сохраняют свою функцию оценки качества (квалификации, интенсивности и продолжительности) труда, но в меньшей степени воспринимаются как средство обмена деятельностью, и становятся больше символом, метафорой статуса и потребительных возможностей индивида.

В связи с биржевой деятельностью, валютными торгами, деньги, опосредуя деятельность «игроков», отчасти передают быть объектом и приобретают некоторые черты субъекта – может показаться они начинают вести себя независимо от воли отдельного человека, корпорации или целого государства.

4. Направления исследований в социологии денежного поведения

Отдельные формы денежного, экономического поведения исследуются, например, банковского [Шереги и др., 2013], на валютном рынке [Ильясов, 2016], однако целостное, концептуальное описание этого феномена пока не сложилось.

Из приведенного выше определения социологии денежного поведения следует, что предметом ее изучения является виды поведения, связанные с зарабатыванием, получением, сохранением и приумножением, расходованием денег. Указанные виды поведения проявляются в соответствующих формах – см. табл. 1. Зарабатываются деньги в форме трудового, предпринимательского, инвестиционного поведения. Отдельно можно выделить формы рискованного зарабатывания – азартные игры, игра на бирже, на рынке Forex, игра на тотализаторе и т.п. Также выделяются криминальные формы экономического поведения – взятки, воровство, грабежи, «крышевание» и т.д.

Табл. 1. Соотношение видов и форм денежного поведения

Виды поведения	Формы поведения
Зарабатывание	Трудовое, предпринимательское, инвестиционное
Рискованное зарабатывание	Азартные игры, игра на бирже, на рынке Forex, игра на тотализаторе и т.п.
Получение криминальных доходов	Взятки, воровство, грабежи, «крышевание» и т.д.
Активное сохранение и приумножение	Банковские депозиты, паевые инвестиционные фонды, ценные бумаги и т.д.
Пассивное сохранение	Хранение наличности дома, в банковской ячейке
Расходование денег	Приобретение товаров и услуг, благотворительность

Активное сохранение и приумножение реализуется в форме использования таких инструментов как банковские депозиты, паевые инвестиционные фонды, ценные бумаги и т.д. Пассивное хранение осуществляется в форме хранения наличности дома, в банковской ячейке. Расходование денег осуществляется в форме приобретения товаров и услуг, благотворительности.

В расходовании денег выделяется отклоняющееся поведение, аддикции. Например, шопоголизм: иррациональное, навязчивое, необоримое, болезненное желание тратить деньги, совершать покупки. Возможно, шопоголизм есть форма неосознаваемого страха дефицита ресурсов. Кредитная аддикция (credit addicts) – навязчивое желание получать новые и новые кредиты, и т.д. О некоторых расстройствах денежного поведения (money disorders), таких как патологическая азартная игра, избыточное расходование денег, неудержимое и компульсивное (навязчивое) накопление, трудоголизм, финансовая зависимость, неспособность отказать в займе денег, подробнее см., например: [Klontz et al., 2012].

В потребительском поведении исследуется восприятие продавцами и покупателями структуры розничных цен, влияние скидок и распродаж на активность спроса. Например, возможно, психологические переживания продавца

более тяжелые, напряженные, а у покупателя – более легкие. Продавец «избавляется от ненужного», а покупатель приобретает нужное, хотя расстаётся с деньгами.

В структуре самоидентификации личности, в я-концепции, самооценке, количество денег может иметь существенное значение.

5. Деньги как ценность

Деньги, как самостоятельный «идеальный» ресурс, в отличие от многих материальных, обладают уникальным свойством почти абсолютной дефицитности («денег никогда не бывает много»). Именно дефицитность денег и их универсальность как средства обмена, делает их сильным стимулом человеческого поведения, придает им особую ценность. С деньгами сопряжено чувство жадности, т.е. страха дефицита ресурсов.

Большое количество денег у индивида радикально повышает его статус и включает, активизирует у окружающих людей субдоминантный синдром («синдром заложника») – комплекс переживаний, включающих уважение, страх, симпатию, любовь, готовность подчиниться и услужить.

Выделяются потребительские, физиологические, психологические и социальные виды ценностей – см. табл. 2.

Потребительская ценность денег проявляется в том, что они позволяют приобретать и потреблять желаемые товары и услуги.

Психологическая, физиологическая ценность, деньги: а) позволяют получать удовольствие от приобретения и потребления товаров и услуг; б) снимают страх дефицита благ, ресурсов, порождая соответствующее чувство комфорта, чувство уверенности; в) позволяют испытывать «эмоции превосходства» – чувства тщеславия, гордости, высокомерия; г) дают чувство комфорта от способности денег решать если не все, то многие жизненные проблемы.

Социальная ценность проявляется в возможности получить посредством денег следующие блага: а) повышение имущественного статуса; б) увеличение властного статуса индивида – способности влиять на поведение других людей; в) повышение престижа индивида, т.к. обладание деньгами престижно; г) за счет факторов имущества, власти и престижа повышают социальный статус.

Табл. 2. Соотношение типов ценностей денег и получаемых с их помощью благ

Виды ценностей	Блага
Потребительская	Позволяют приобретать и потреблять желаемые товары и услуги
Психологическая, физиологическая	Позволяют получать удовольствие от приобретения и потребления товаров и услуг
	Снимают страх дефицита благ, ресурсов, порождая соответствующее чувство комфорта, чувство уверенности
	Позволяют испытывать «эмоции превосходства» – чувства тщеславия, гордости, высокомерия
	Чувство комфорта от способности денег решать многие все жизненные проблемы
Социальная	Повышают имущественный статус
	Увеличивают властный статус индивида – способность влиять на поведение других людей
	Повышают престиж индивида, т.к. обладание деньгами престижно
	За счет факторов имущества, власти и престижа повышают социальный статус

6. Денежная установка

Денежная установка может быть описана традиционным образом как совокупность представлений и настроений индивида, отражающих его готовность (предрасположенность) реализовывать определенные виды денежного поведения. Когнитивный элемент установки содержит знания, представления, относящиеся к деньгам и способам их использования, применения. Эмоциональный элемент содержит различные эмоции, чувства, настроения, вызываемые деньгами,

связанные с деньгами. Поведенческий элемент – готовность использовать, расходовать деньги определенными способами, или уже реализованные модели использования денег.

Отдельные элементы денежной установки исследуются, см., например: [Баязитова и др., 2017], но им, как представляется, не достает концептуальности, целостности.

Литература

Аникаева Е. А. Основные подходы к исследованию денег в социологии // Экономическая социология. Т. 9. № 1. 2008. С. 114-124.

Баязитова Д. А., Лапшова Т. А. Адаптация опросника монетарных аттитюдов Б. и Т. Клонц на русскоязычной выборке // Петербургский психологический журнал. 2017. №19. С.112 -132.

Ильясов Ф. Н. Обратная задача выборки и мотивация на рынке Форекс // Социальные исследования. 2016. №2. С. 49-59.

Лимаренко А. П. Деньги как социальный феномен и предмет социологических исследований // Социология. 2012. №4. С. 27-39.

Тимошина А. М. Роль денег в межличностном взаимодействии: обзор микросоциологических концепций денег // Социологическое обозрение. Том 6. № 2. 2007. С. 50-

Шереги Ф. Э., Савинков В. И. Банки и общество: взаимодействие населения с кредитными организациями. Концептуальная программа и метод социологического исследования. М.: ЦСПиМ, 2013.

Baker W. E., Jimerson J. B. The sociology of money // American Behavioral Scientist. 1992. Vol. 35. No. 6. P. 678–693.

Klontz, Brad T.; Britt, Sonya L.; Archuleta, Kristy L.; Klontz, Ted. Disordered Money Behaviors: Development of the Klontz Money Behavior Inventory // The Journal of Financial Therapy. 2012. Vol. 3, No. 1. P. 17-42.

Zelizer V. Money // Encyclopedia of Sociology, 2nd ed., edited by Edgar F. Borgatta and Marie L. Borgatta, (New York: Macmillan Reference USA, 2000).

Economic sociology and sociology of money

Mark Henry Shapiro *

* - independent researcher

Email: fa08@mail.ru

Abstract

The article compares the operational definitions of the sociology of economic behavior and the sociology of money behavior, on the basis of which a conclusion is drawn about the identity of these concepts. The object and subject of research in the sociology of money behavior are described. Classification of types and forms of money (economic) behavior is proposed. The types of values are singled out based on the types of resources obtained with the help of money. The structure of the money attitude is described.

Keywords: money behavior; economic behavior; economic sociology; sociology of money; money attitude

References

- Anikaeva E. A. Osnovnye podkhody k issledovaniyu deneg v sotsiologii. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. Vol. 9.No. 1. 2008. P. 114-124.
- Bayazitova D. A., Lapshova T. A. Adaptatsiya oprosnika monetarnykh attityudov B. i T. Klonts na russkoyazychnoi vyborke. *Peterburgskii psikhologicheskii zhurnal*. 2017. No, 19. P.112 -132.
- Iliassov F. N. The inverse problem of sampling and motivation in the Forex market. *Sotsial'nye issledovaniya [Journal of Social Research]*. 2016. No.1. P. 1–20. (In Russ.)
- Limarenko A. P. Den'gi kak sotsial'nyi fenomen i predmet sotsiologicheskikh issledovaniy. *Sotsiologiya*. 2012. No. 4. P. 27-39.
- Timoshina A. M. Rol' deneg v mezhluchnostnom vzaimodeistvii: obzor mikrosotsiologicheskikh kontseptsii deneg. *Sotsiologicheskoe obozrenie*. 2007. Vol. 6. No. 2. P. 50-
- Sheregi F. E., Savinkov V. I. *Banki i obshchestvo: vzaimodeistvie naseleniya s kreditnymi organizatsiyami. Kontseptual'naya programma i metod sotsiologicheskogo issledovaniya*. Moscow: TsSPiM, 2013.
- Baker W. E., Jimerson J. B. The sociology of money. *American Behavioral Scientist*. 1992. Vol. 35. No. 6. P. 678–693.

Klontz, Brad T.; Britt, Sonya L.; Archuleta, Kristy L.; Klontz, Ted. Disordered Money Behaviors: Development of the Klontz Money Behavior Inventory. *The Journal of Financial Therapy*. Vol. 3, No. 1 (2012). P. 17-42.

Zelizer V. Money. In: *Encyclopedia of Sociology*. 2nd ed. Edited by Edgar F. Borgatta and Marie L. Borgatta. New York: Macmillan Reference USA, 2000.