

УДК 316.7

***МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИОЛОГИИ ДЕНЕГ
В ИЗУЧЕНИИ ДЕНЕЖНОЙ КУЛЬТУРЫ***

Крылова О.В.

обучающаяся 1-го курса аспирантуры

ИСОиП (филиала) ДГТУ в г.Шахты,

РФ, г Шахты

Аннотация

В статье раскрывается методологический потенциал социологии денег в изучении денежной культуры. Особое внимание в статье уделено социокультурному подходу, согласно которому в современном обществе именно культура выступает основным фактором, влияющим на формирование денежной культуры, что делает возможным рассматривать деньги в качестве зависимой переменной с точки зрения культурной перспективы.

Ключевые слова: деньги, социология денег, денежная (финансовая) культура, социокультурный подход.

***METHODOLOGICAL POTENTIAL OF THE SOCIOLOGY OF MONEY IN
THE STUDY OF MONEY CULTURE***

Krylova O.V.

student of the 1st course of the graduate school

Institute of service and business (branch) DSTU in Shakhty

Russia, Shakhty

Annotation

The article reveals the methodological potential of the sociology of money in the study of monetary culture. Particular attention is paid to the socio-cultural approach, according to which in modern society it is culture that is the main factor influencing the formation of monetary culture, which makes it possible to consider money as a dependent variable from the point of view of cultural perspective.

Keywords: money, sociology of money, monetary (financial) culture, sociocultural approach.

Общество функционирует и развивается, используя деньги как мерило для сравнения вариантов социального и личного выбора. Отношение к деньгам есть системообразующий элемент бытия и сознания. Не имея четко сформированных представлений о сущности денег и об их функциях (или имея неадекватные), не получив умений и навыков обращения с денежными средствами, человек не может включиться в систему социальных взаимодействий. Необходимость акцентирования внимания на тщательном изучении денежной культуры различных групп населения обусловлена тем, что она формируется под действием целой совокупности взаимосвязанных друг с другом факторов, включающих в себя различные мотивы и набор социальных ценностей.

Деньги, став в последнее время самостоятельным социальным и экономическим институтом, исследуются представителями различных научных школ и направлений: экономистами, социологами, психологами, социальными психологами, философами, специалистами в нейроэкономике, каждый из которых имеет свои определенные цели, методы, подходы и научные интересы. Однако деньги на сегодняшний день по-прежнему мало изучаются социологами, в том числе и с точки зрения социокультурного подхода.

Внеэкономические функции денег в современном обществе все более актуализируются, что делает деньги объектом исследования не только экономической науки. Понимание того, что по мере развития рыночных отношений, деньги становятся мотиватором и одной из главных причин трансформаций отношений в обществе привело к тому, что ученые социологи, начиная с конца XIX века стали уделять пристальное внимание изучению феномена денег. Однако в самостоятельную отрасль социологии социология денег, которая изучает логику взаимодействия и способы связи субъектов

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМ И ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

общества по выработке и реализации решений всех видов, связанных с деньгами, трансформировалась относительно недавно, в последней четверти XX столетия. В России оформление этой дисциплины происходило практически параллельно, в 80-е гг. в рамках экономической социологии [13, 15].

Центральным вопросом социологии денег можно считать понимание того, как субъекты социальных и экономических отношений принимают денежные решения, на которые оказывают влияние разного рода внеэкономические социальные факторы, которые не имеют всеобщих и привычных обществу эквивалентов, единиц измерения, и то, как происходит «взвешивание» несравнимых факторов.

С точки зрения социологии, деньги, независимо от того, примитивные они или современные, не могут анализироваться вне окружающего их социального контекста, поскольку находятся в непосредственном взаимодействии с социоэкономической организацией того общества, в котором они появились и функционируют.

В основе методологического потенциала социологии денег находятся выдающиеся идеи классиков социологии — К. Маркса, М. Вебера, К.Поланьи, Т. Парсонса, Г. Зиммеля, рассматривавших деньги в качестве социального феномена. Единой слаженной теории, которая бы отражала основные свойства денег в настоящий момент не сформулировано. В ряде работ авторы связывают деньги как феномен с появлением капитализма. По К. Марксу, деньги представляют собой общественную связь, которая исторически развивается в форме отчуждения человека. Согласно теории Маркса, деньги – это всеобщий социальный эквивалент, а значит они могут удовлетворить любую потребность человека [10]. Для Г. Зиммеля же сами деньги, а не капитализм трансформируют товары в средства потребления, таким образом, превращая деньги не только в средство, но и символ, талисман, который позволяет

обладать властью над миром и собственной судьбой. По мнению Зиммеля, современное общество – следствие господства денег [8].

К. Поланьи в своих трудах приходит к мысли, что капитализм в обществе явление навязанное, рациональные мотивы в экономических отношениях далеко не всегда следует принимать за ведущие. Кроме того, Поланьи в своих работах приходит к выводу, что экономические отношения не существуют вне социальных, то есть общество и эпоха определяли экономические отношения и отношения людей к деньгам [12]. М.Вебер высказывал мнение о том, что отношение к деньгам определяет ценностную основу общества [6]. Парсонс выделял скорее инструментальную значимость денег как проводника с особыми символическими свойствами [11].

Методологический потенциал социологии денег в рамках исследуемой проблемы, основывается на следующих подходах:

- структурно-функциональном, играющим особую роль в анализе социальных функций денег. Важнейшая неэкономическая функция денег – формирование денежной культуры, которая сочетает в себе другие социокультурные функции: функция СМИ, агитации и пропаганды, функция сравнения и оценки места индивида или общности в социальной структуре, функция социализации и самореализации индивидов, функция денег как средства достижения целей и решения социальных задач.

- феноменологическом, позволяющим исследовать процесс наполнения денег познавательными языковыми метками, несущими специфические смыслы и влияющими на монетарное поведение разных социальных групп.

- институциональном, рассматривающим деньги в качестве социального института и позволяющем оценить роль денег в социальном взаимодействии, социальную ценность денег, а также содержание монетарных установок и поведения различных категорий населения;

- психологического, анализирующие психологические особенности восприятия денег на различных этапах жизни человека. Данный подход

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

позволяет выделять ключевые факторы, влияющие на восприятие денег и на формирование денежной культуры личности на каждом из этапов ее становления.

- социокультурный подход к анализу денег, появившейся в рамках социологии денег, в первую очередь, указывает на тот факт, что именно культура выступает основным фактором, влияющим на формирование денежной культуры, детерминируя ценностное отношение к деньгам и монетарные стратегии поведения как отдельного человека, так и социальной группы [4, 13].

Исследование денег как социокультурного феномена базируется на двух фундаментальных подходах. Согласно первому, деньги анализируются как феномен экономический и рыночный, имеющий внесоциальную природу, но распространение которого оказывает воздействие на социальные связи.

В рамках второго подхода деньги стоит рассматривать как продукт развития общественных отношений, что делает их в первую очередь, социальным феноменом, относя на второй план их экономическую природу.

Каждый из подходов, так или иначе, указывает на то, что социокультурная функциональность денег не является универсальной и всеобщей. В разных отраслях общественной жизни деньги могут оказывать как конструктивное, так и деструктивное воздействие.

Деньги, являясь продуктом общества, встроены в социальные отношения, однако социальные отношения и связи не могут исчерпываться лишь теми свойствами, которые определены деньгами. Отчасти именно в этом и проявляется отличие социальных связей от экономических, ведь они не ограничиваются только обменом по стоимости, а предполагают наличие неэкономического фактора, который не сводится к количественному измерению. Денежному измерению не подлежит чувственная сфера и такие ее категории как любовь, дружба, совесть, честь.

Кроме того, социокультурные особенности отношения к деньгам у разных поколений и возрастных групп проявляются в структуре повседневных и специальных трат, в сбережении денег, в отношении к гостям и подаркам, в чувствах, испытываемых к согражданам с другим материальным положением (богаче или беднее), в проблемах уравнительного распределения благ. Изменения данных особенностей можно рассматривать с точки зрения факторов, которые на них влияют. Данный подход позволяет рассматривать деньги в качестве зависимой переменной с точки зрения культурной перспективы, которая изменяется под воздействием таких факторов как религиозность, нравственность, мифологичность и философское знание [5, 3].

В рамках изучения денежной культуры особую актуальность приобретает интерпретация социальных действий и выделение специфических особенностей социального поведения конкретной социальной группы в экономике.

Так, в рамках социологии денег возможно изучение моделей экономического поведения, их модификаций, а также интерпретация их взаимодействия. Кроме того, при рассмотрении вариантов экономического поведения и формирования денежной культуры стоит учитывать дополнительные компоненты, например, субъектно-личностные, стратификационные, институциональные, нормативно-аксиологические, экзистенциальные, а также социокультурные.

Таким образом, социокультурный подход в социологии денег следует считать ведущим при изучении денежной культуры, а культуру ведущим фактором, который оказывает влияние на монетарные установки и социокультурные особенности отношения к деньгам и экономического поведения у разных категорий населения.

Библиографический список

1. Абрамова С. Б. Деньги в социальном взаимодействии: опыт исследования актуальной денежной культуры: автореферат дис. ... кандидата социологических наук : 22.00.06 ... - Екатеринбург, 2002. - 22 с.

2. Аникаева Е. А. Основные подходы к исследованию денег в социологии // Экономическая социология. 2008. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-issledovaniyu-deneg-v-sotsiologii> (дата обращения: 07.11.2020).
3. Буренина С. Ю. Влияние денег на процессы социализации современных подростков. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. - С.-Петербург, 2000. -22 с.
4. Валуйская Е.Р. Денежная культура современной семьи: автореферат дис. ... кандидата социологических наук: 22.00.06 ... – Майкоп, 2013.- 22 с.
5. Васильева И. А. Деньги как феномен культуры: к вопросу о границах культурфилософского исследования // Вестн. Том.гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2011. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dengi-kak-fenomen-kultury-k-voprosu-o-granitsah-kulturfilosofskogo-issledovaniya>(дата обращения: 07.11.2020).
6. Вебер М. История хозяйства. Город / Пер. с нем.; Под ред. И. Гревса; Коммент. Н. Саркитова, Г. Кучкова. М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц, Кучково поле, 2001.
7. Зарубина Н.Н. Деньги как социокультурный феномен: пределы функциональности // Социологические исследования – 2005. – № 7. – С.13-21.
8. Зиммель Г. Философия денег / Зиммель Георг; Simmel Georg; Пер. с нем., примеч. А.Ф.Филиппова; Предисл. автора // Теория общества: Фундаментальные проблемы. - М., 1999. - С.309-383. - Пер.по изд.: Georg Simmel. Philosophie des Geldes. Zweite, vermehrte Auflage. Leipzig: Verlag von Duncker und Humblot, 1907. S.III-IX, 3-61.
9. Макарова Е. А., Макарова Е. Л., Махрина Е. А. Психологические аспекты структурных компонентов и характеристик ценностно-смысловых отношений к деньгам // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. 2015. №4 (169). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-aspekty-strukturnyh-komponentov-i-harakteristik-tsennostno-smyslovyh-otnosheniy-k-dengam>(дата обращения: 08.11.2020).

10. Маркс К. Капитал: Критика полит. экономии; [Предисловия Ф. Энгельса]. - М.: Политиздат, 1988. - 22 см. Т. 1, кн. 1: Процесс производства капитала. - М.: Политиздат, 1988. - XVIII, 891 с.: Т. 1, кн. 1: Процесс производства капитала. - М.: Политиздат, 1988. - XVIII, 891 с.
11. Парсонс Т. О социальных системах / Под ред. В.Ф. Чесноковой, С.А. Белановского. М.: Академический проект, 2002.
12. Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени" / транс. с английского. А. и Васильев А. Shuraleva под общ. Эд. С. Е. Федоров. - СПб.: Алетейя, 2002. 320 с.
13. Силласте, Г. Г. Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013.- 480 с.
14. Фатихов А.И. Финансовое поведение социальных групп населения крупного города в современном российском обществе: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Уфа, 2011.- 22 с.

Оригинальность 75%