

Деньги как объект изучения социологии

Научный руководитель – Мамедов Агамали Куламович

Мещанинова Евгения Юрьевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: Jane-chan@yandex.ru

Советский и российский психиатр А.И. Белкин, исследовавший человеческие переживания, связанные с деньгами и отношение людей к деньгам, в своей книге "Запах денег" отмечал: "Насколько естественным для опытного врача кажется его профессиональное право проникать в самые потаенные уголки интимной жизни пациента, настолько же он бывает скован, робок, нерешителен, если состояние пришедшего на прием человека так или иначе связано с деньгами" [1]. Действительно, в сознании людей деньги нередко выступают чем-то более личным и сакральным, чем интимные отношения. Деньги — это категория слишком "интимизированная", чтобы говорить о них откровенно. Вопросы о деньгах и доходе в социологических опросах традиционно относятся к числу "чувствительных" (сенситивных), на которые получить честный, искренний ответ - непростая задача. Этим объясняется трудность изучения отношения индивидов к деньгам. У индивидов есть четкое осознание ценности, значимости и необходимости денег как средства достижения целей, как инструмента реализации собственных (личных) представлений об успехе, справедливости, достоинстве и пр. Однако индивиды оказываются не готовы откровенно об этом говорить.

Куда более простой задачей, на первый взгляд, представляется изучение денег как социально-культурного феномена, социального института, так как в данном случае деньги исследуются как абстрактная категория. В общественных взаимодействиях деньги выполняют не только экономические, но и социальные и культурные функции, рассмотрев которые, можно выявить сущность феномена денег. По этому пути пошли классики социологии, заложившие основы понимания денег как социального феномена: Г. Зиммель, К. Маркс, П. Сорокин, Т. Парсонс. Они определяли деньги по-разному: как форму отчуждения (К.Маркс), как чистое взаимодействие, как результат процесса объективации (Г. Зиммель), как проводник, который обладает символическими свойствами (П. Сорокин, Т. Парсонс) и др. В свою очередь, Н. Луман, Ю. Хабермас, Э. Гидденс рассматривали деньги как символ общественных отношений и ресурс, с помощью которого индивид может увеличивать или уменьшать своё влияние, власть, статус, престиж, материальное благополучие и пр. Б. Лиетар на основе исторического материала показал связь между типами денежных систем и коллективными формами социального поведения [4].

Однако применение социологического подхода к изучению денег имеет свои сложности. В различных культурах и социальных системах ценность денег и порождаемые ими отношения могут отличаться, так как деньги "не являются ни нейтральными по отношению к культуре, ни социально анонимными" [2]. В. Зелизер разработала теорию множественности денег, в рамках которой опровергается представление о деньгах как о некотором универсальном коде, выполняющим коммуникативную функцию между всеми сферами общественной жизни [3]. Деньги постоянно трансформируются под влиянием социальных отношений и различных смысловых систем. Ценности и установки конкретного общества наделяют деньги своеобразными культурными значениями и смыслами. Это затрудняет изучение денег и денежных отношений как всеохватного, общезначимого социального феномена, имеющего универсальные характеристики.

Через институт денег, который сам по себе является абстрактной категорией, опосредуются предельно общие, неочевидные, чувственно не воспринимаемые и не поддающиеся измерению последствия индивидуальных действий. Деньги как идеальный символ обладают способностью «создавать» материальные явления. Проследить связь между абстракцией и реальным практическим поведением людей предельно сложно.

Особенностью современного положения дел является то, что деньги не только формируют и трансформируют, но и подменяют собой социальные отношения и элементы культуры. Другими словами, деньги не только трансформируют личность человека, подчиняя себе его интересы, желания, предпочтения, но и выступают своего рода эрзацем различных социальных характеристик, связей и отношений. Деньги как эквивалент труда, деньги как показатель успеха, деньги как знак уверенности и пр.

Например, в январе 2020 года ФОМ провел опрос общественного мнения граждан России от 18 лет и старше с целью узнать, как россияне относятся к деньгам [5]. Респондентов попросили назвать ассоциации, которые у них вызывает слово «деньги». 50% опрошенных назвали своей ассоциацией стало «труд» (наиболее распространённый ответ в возрастной группе 18-30 лет). На втором месте оказалось слово «уверенность» (наиболее распространённый ответ в возрастной группе 31-45 лет).

В связи с этим современная социология помимо изучения социальных функций, культурно-исторических особенностей восприятия денег, сакральности и идеальности денег, должна обратить внимание и проанализировать замену(подмену), которую они производят в социальных взаимодействиях: доминирование денег породило денежные мечты, денежные ожидания, денежные предпочтения и пр.

Источники и литература

- 1) Белкин А.И. Запах денег, Олимп, Терра-Книжный клуб, 1999, 400 с.
- 2) Зелизер В. Создание множественных денег // Экономическая социология : электрон. журн. 2002. Т. 3, № 4. С. 58-72.
- 3) Зелизер В. Социальное значение денег: деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы. М., 2004.
- 4) Лиетар Б. Душа денег // АСТ, Олимп, Астрель. 2007.
- 5) Люди и деньги. Как россияне относятся к деньгам [Электронный ресурс] // ФОМ, 21.01.2020 [сайт]. URL: <https://fom.ru/Ekonomika/14333> (дата обращения: 28.02.2020).
- 6) Марк Генри Шапиро Экономическая социология и социология денег // Социальные исследования. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskay-a-sotsiologiya-i-sotsiologiya-deneg> (дата обращения: 28.02.2020).