Министерство образования Республики Беларусь

Министерство образования Российской Федерации

# Государственное учреждение

# высшего профессионального образования

Белорусско-Российский университет

**Контрольная работа:**

**Экономическая социология**

Выполнила

студентка ФКЗ-033

Санько Оксана Владимировна

Могилев 2006

**Тема №5**

**Социальные основы экономического действия**

1. Экономическая культура.
2. Хозяйственная власть.
3. Социальная укрепленность экономического действия; труд и социализация, распределение и справедливость, обмен и самоутверждение, потребление и соучастие, доход и статус и т.д.
4. **Экономическая культура**

Из множества трактовок культуры в мировой и отечественной литературе в первом приближении соответствует понимание культуры как социальной памяти общества — особого социального механизма, воспроизводящего эталоны поведения, проверенные опытом истории и соответствующие потребностям дальнейшего развития общества. Обобщая многие точки зрения, Я. Щепаньский пишет: «Существуют определенные идеи, передаваемые из поколения в поколение. С этими идеями связаны системы ценностей. Они, в свою очередь, определяют поведение и деятельность индивидов и групп, их способы мышления и восприятия. Весь этот комплекс называется культурой»

В отечественной науке представление о культуре как социальной памяти общества было разработано российским социологом Ю. А. Левадой. Его главная идея состояла в трактовке культуры как особого рода языка (ценностей, знаний, норм, требований, санкций), освоение, которого связывает новые поколения людей со всей предшествующей историей, позволяет новым поколениям овладевать опытом прошлых поколений и приумножать его. В связи с этим большое значение придается таким категориям, как «образец», «институционализация образцов поведения», соответствующие институты, порождающие определенный образ мышления и определенные образцы поведения.

Однако концепция культуры как социальной памяти, акцентируя роль культуры в обеспечении связи времен, преемственности поколений, не фиксирует культурного развития общества - обновления его ценностей и норм, на базе освобождения от одних ценностей и замены их другими, вытеснения устаревших ценностей новыми. Процесс обогащения и развития социальной памяти — неотъемлемый элемент общего воспроизводства культуры, который идет через постоянную переоценку ценностей.

Процессы сохранения и обновления культуры происходят противоречиво и порой дисфункционально. На одних этапах наблюдается уничтожение прежней культуры и ее носителей (как это случилось в отечественной истории в 1917 г.), разрыв связи поколений и попытка начать с нуля, полная и далеко не всегда оправданная переоценка ценностей. На других этапах (например, в переходный период) наблюдается замедленное обновление ценностей и норм, которые отвечали бы требованиям времени и новым потребностям общества, доминирование устаревших социальных стереотипов. Однако названные этапы имеют внутреннюю взаимосвязь. Разрыв связи времен и поколений, уничтожение культурных традиций и их носителей, во первых, нарушает естественный процесс обновления (воспроизводства) культуры: во-вторых, искусственные заменители уничтоженных ценностей и традиций не могут развиваться естественным путем, консервируют те или иные элементы культуры (в частности, эконо­мической) на протяжении жизни многих поколений. В конечном итоге изменение общественных отношений (возвращение экономики в лоно мирового хозяйства в ходе процессов ее реструктурирования) требует уже не обновления, а радикального изменения культурных ценностей, что неизмеримо труднее и длительнее.

Так, негативное отношение к проявлению различных форм конкуренции и предпринимательства свело на нет все типы активного экономического поведения и породило целый, ряд, ценностей и норм уравнитель­ного характера. Это обусловило пассивное экономическое поведение — без творчества, без перспективы, без максимальной самореализации в избранном деле. За 70 лет выработалось определенное понимание нормативно - oбщeзнaчимого, определенный образ мышления, отчужденный от экономической самостоятельности, основанный не на знаниях, а на вере во всесилие властных структур. Изменить его — дело жизни не одного поколения. Необходимость регулирования экономического поведения и положена в основу понимания феномена экономической культуры российскими социологами-экономистами Т. И. Заславской и Р. В. Рывкиной. Они рассматривают экономическую культуру как «совокупность социальных ценностей и норм, являющихся регуляторами, экономического поведения и выполняющих роль социальной памяти экономического развития: способствующих (или мешающих) трансляции, отбору и обновлению ценностей, норм и потребностей, функционирующих в сфере экономики и ориентирующих ее субъектов на те или иные формы экономической активности».

Классические определения культуры, основу которых составляет творческая деятельность человека и, следовательно, сам человек как субъект этой деятельности, нацеливают нас на понимание этого явления в единстве его процессуального развития и его результатов. Сфера культуры выступает при таком подходе как сфера развития личности, что, разумеется, не исключает предметных форм ее бытия. С одной стороны, творческая деятельность всегда носит предметный, преобразующий характер. С другой стороны объективированные результаты творческой деятельности сами есть не что иное, как опредмеченная, воплощенная в этих результатах деятельность прошлых поколений, которая обретает то или иное социокультурное значение, лишь, будучи включена в живую ткань общественных взаимосвязей — в процесс реальной человеческой деятельности. Вне этого процесса, т.е. вне развития, взятые сами по себе, результаты человеческой деятельности предстают лишь как функциональные формы, не раскрывающие исторического содержания культуры. Да и сам человек с его индивидуальными способностями, талантами, умениями — тоже продукт, результат человеческой общественной деятельности.

Исходя из классического понимания культуры как двуединого процесса сохранения и воспроизводства культурных ценностей и используя «рациональное зерно» в определении Т. И. Заславской, определяем (в контексте нашего анализа) экономическую культуру как способ взаимодействия экономического сознания (как отражения экономических отноше­ний и познания функционирования и развития экономических законов) и экономического мышления (как отражения включенности в экономическую деятельность), регулирующий участие индивидов и социальных групп в экономической деятельности и степень их само­реализации в тех или иных типах экономического поведения. Это означает формирование прошлым экономическим опытом определенного состояния экономического сознания (и экономического мышления как формы его проявления) общества, социального слоя, социальной группы, воплощающих это состояние в определенной экономической деятельности (экономическом поведении).

Чем совершеннее способ этого взаимодействия, тем эффективнее экономическая деятельность; чем рациональнее экономическое поведение, тем выше уровень экономической культуры. Таким образом, именно способ взаимосвязи экономического сознания и экономического мышления выступает естественным регулятором экономического поведения. Вспомним, что косное, пассивное, неразвитое экономическое сознание, не испытывающее в течение длительного времени потребности изменяться, обусловило противоречивое, эмоциональное (а не рациональное) экономическое мышление, совмещающее внешнее следование политике экономических реформ со сложившимися социальными стереотипами. Вследствие этого и экономическое поведение, и экономическая деятельность приобретают скорее эмоциональный, нежели рациональный характер и осуществляются порой в состоянии психологического стресса. Подобное экономическое мышление, в свою очередь, не способно существенно обогащать социальной практикой экономическое сознание. Негибкий, отягощенный социальными стереотипами, «неповоротливый» способ взаимодействия экономического сознания и экономического мышления в советской экономике пока что не порождает особых иллюзий относительно высокого уровня экономической культуры. Регулятивное воздействие столь несовершенного способа взаимосвязи и взаимного проникновения друг в друга экономического сознания и экономического мышления на экономическое поведение, экономиче­скую деятельность в .целом невелико и слабо обусловливает вариативность и гибкость этого поведения.

Основные особенности экономической культуры как механизма, регулирующего в конечном итоге экономическое поведение:

Во-первых, экономическая культура включает в себя только те ценности, потребности, предпочтения, которые возникают из нужд экономики и оказывают на нее значимое (положительное или отрицательное) влияние. Это и те социальные нормы, которые, возникая в обществе, обретают в экономической сфере свое специфическое значение. Это и те социаль­ные нормы, которые возникают из внутренних потребностей экономики. Так, экономика экстенсивного развития предполагает естественным планирование от достигнутого, «план любой ценой».

Во-вторых, особенность экономической культуры определяется; теми каналами, через которые она регулирует взаимосвязь (взаимодействие) экономического сознания и экономического мышления. Это, вероятно, и пластичность социальных стереотипов, и минимум шаблонов, затрудняющих эту связь и делающих ее консервативной. Чем содержательнее и активнее, экономическое сознание, тем рациональнее и последовательнее, изобретательнее и эвристичнее экономическое мышление, тем свободнее и профессиональнее экономическое поведение.

В-третьих, особенность экономической культуры видится в том, что и качестве регулятора связи экономического сознания и мышления она в значительно большей степени, чем любая другая, ориентирована на управление экономическим поведением людей. Действительно, регулятивные ценности и нормы экономической культуры имеют организационную направленность — активизировать массы на те или иные действия, активизировать их экономическое поведение. Так, все серьезные повороты в политике сопровождались выдвижением соответствующих лозунгов экономического характера. Лозунг как момент культуры, направленный на то, чтобы выработать у людей социально-экономические стереотипы, тем сильнее мотивирует людей на решение выдвинутых задач, чем противоречивее и эмоциональнее их экономическое мышление, сформированное на вере в символы. Такими были лозунга «Учиться коммунизму» (в начале революции); «Учиться торговать» (в период НЭПа); «Техника в период реконструкции решает все» (на этапе индустриализации); «Чтобы работать по-новому, нужно начать думать по-новому» (в годы перестройки); «Приватизация» (в переходный период). Можно сказать, что экономическая культура ориентирована на управление экономическим поведением в той мере, в какой сформированы прошлым опытом экономического развития экономическое сознание и экономический образ мышления индивида, группы, общества.

Рассмотрение экономической культуры как способа взаимодействия между экономическим сознанием и экономическим мышлением предполагает суждения о регулятивных возможностях, заложенных в этом спосо­бе. Речь идет о возможностях регулирования взаимосвязи с целью сделать ее наиболее гибкой и чувствительной как в плане детерминации положительного экономического мышления, так и в плане насыщения экономического сознания реальным содержанием практики. Данные процессы осуществления прямой и обратной связи между рассматриваемыми явлениями в значительной мере зависят от полноты выполнения функций экономической культуры.

В первую очередь экономическая культура, как и культура в целом, выполняет роль социальной памяти, но не всей социальной памяти общества, а лишь того ее сегмента, который связан с историей экономических отношений. Мы можем говорить о трансляционной функции. Это передача из прошлого в настоящее, из настоящего в будущее социально-экономических ценностей, норм, потребностей, предпочтений, повеления. Из прошлого в современность транслируются нормы и ценности, составляющие содержание экономического сознания и экономического мышления как формы его проявления и экономического поведения как способа их взаимодействия

1. **Хозяйственная власть**

Сложный характер хозяйственных мотивов человека вызывается тем, что вы­полняя, казалось бы, чисто экономические функции, он выступает одновременно как продукт, носитель и творец культуры. Последняя является интегративным понятием, включающим как минимум три аспекта: когнитивный — приобретаемые знания и навыки; ценностный — осваиваемые роли, нормы и ценности; символический — вырабатываемые способы идентификации.

Соответственно, под «хозяйственной культурой» правомерно понимать совокупность профессиональных знаний и навыков, хозяйственных норм, ценностей и символов, необходимых для самоидентификации и выполнения хозяйственных ролей.

Культура реализует функции двух основных типов. Во-первых, это регулятивные функции; осуществляемые с помощью готовых концептуальных схем и накопленных информационных баз, общепринятых конвенций и норм, наборов устойчивых ритуалов и символов, с которыми должно соотноситься всякое, в том числе экономическое, действие. Во-вторых, это конституирующие функции, реализуемые через познавательные практики и способы трансляции информации, разыгрывание ролей и переопределение ситуаций в процессе экономического действия.

В отличие от экономических знаний как совокупности представлений о хозяйственном процессе, профессиональные навыки определяются умением воспроизводить хозяйственные действия, т.е. умением, позволяющим стать непосредственным участником этого процесса. Хозяйственная роль есть набор требований, предъявляемых к определенной группе, а также способы их выполнения. Например, выбирая роль банкира, человек должен не только знать банковское дело, но и соответствовать вполне определенным ожиданиям, осуществлять ряд специфических социально-экономических функций. В свою очередь, исполнение любой роли становится возможным благодаря тому, что существуют общественные нормы — формы идеального поведения, общезначимые правила, ограничивающие действия каждого индивида. Если, например, берешь деньги в кредит, то обязан вернуть их кредитору, причем, с оговоренным процентом. «Отдавать долги» — одна из общественных норм хозяйственного поведения. За нормами скрываются явления более высокого порядка — общественные ценности: высшие принципы, общие стандарты поведения, уже не связанные с конкретными профессиональными ролями. Скажем, заповедь «не убий» обращена не только к должнику в его отношениях с кредитором, но вообще к каждому человеку, безотносительно к его многочисленным профессиональным и вне профессиональным ролям. Наконец, символы представляют собой многозначные образы, с помощью которых человек определяет свое место в хозяйственном процессе.

Освоение всего «багажа» знаний и символов, норм и ценностей называют процессом социализации. Приобщение к элементам трудового воспитания, к отношениям возмездного обмена или простым ценовым пропорциям начинается с самого детства. Семья, школа, затем регулярная работа (плюс для кого-то — армия, а для кого-то — тюрьма) вносят свой вклад в процесс освоения хозяйственных норм. К этому следует добавить непрестанное обучающее воздействие средств массовой информации, небезуспешно влияющих на формирование у населения образцов трудового и потребительского поведения. Общество вырабатывает также систему санкций — вознаграждений и наказаний, подкрепляющих выполнение общественных норм. Применяемые в хозяйственной сфере санкции могут реализовываться как в экономических (оплата труда, прибыль, штрафы, налоговые льготы), так и в неэкономических формах (утверждение власти, повышение престижа, членство в закрытой организации). Благодаря успешной социализации и эффективному применению санкций, становится возможной более или менее слаженная деятельность хозяйственного организма.

Наличие общих норм и ценностей, значений и интерпретаций не уничтожает почвы для возникновения конфликтов. В любом обществе воспроизводятся неравные стартовые условия для хозяйственной деятельности, сохраняется неравномерное распределение хозяйственных ресурсов и вознаграждений. Следовательно, существуют и разные, часто противоположные, групповые интересы. В борьбе за ресурсы одни группы пытаются подчинить себе другие и добиться господства над ними. В этом случае мы говорим об отношениях хозяйственной власти, или о возможности субъекта (индивида, группы) реализовать свои хозяйственные интересы независимо от интересов других субъектов (не суть важно, совпадают интересы «властвующих» и «подчиненных» или не совпадают). Власть включает следующие элементы: право на истолкование событий и выдвижение целей развития; особые позиции в распределении ресурсов, готовой продукции, доходов; контроль за доступом к информации как особому ресурсу; возможность диктовать правила деятельности, запрещать те или иные ее виды; способность оказывать личное влияние на людей.

Власть реализуется путем прямого насилия, экономического принуждения или Легитимного господства посредством утверждения авторитета. Последний в свою очередь может опираться на силу закона или обычая, апеллировать к особым личным качествам власть имущего или к абстрактным высшим ценностям. Власть как социальное отношение трудно поддается формализации и проявляет себя скорее опосредованно, через косвенные признаки. К такого рода признакам относятся формальные и неформальные статусы (ранги) и сопряженные с ними привилегии. Первые определяются местом субъектов в общественных иерархиях, вторые же представляют их исключительные права на доступ к ограниченным ресурсам и вознаграждениям. В целом властные отношения пронизывают всю хозяйственную систему.

Вооружившись исходными определениями, попробуем далее на примере ряда ключевых экономических понятий продемонстрировать в серии фрагментов социальный характер экономического действия.

Собственность и власть. Экономистам так и не удалось в полной мере избавиться от юридического толкования собственности в духе Римского права — через категории владения, распоряжения и пользования. Безусловно, юридическая сторона собственности имеет принципиальное значение. К примеру, одно только изменение закона о наследовании в пользу права первородства или, напротив, равного раздела имущества, введение запретительного или льготного налога на его передачу способны, по справедливому замечанию А. Токвиля, за пару поколений в корне изменить всю структуру хозяйства. Но А. Токвиль говорил и о том, что «законы... суть продолжение обычаев».

Ссобственность выступает, во-первых, как совокупность социальных норм, санкционирующих те или иные экономические действия. Причем, эти нормы вовсе не обязательно фиксируются в законах или контрактах. Более того, правовое закрепление отнюдь не отменяет необходимости социального признания норм. Например, закон может разрешить фермерскую деятельность. Но нужно еще, чтобы вас признали «фермером» и не сожгли ваше хозяйство. Во-вторых, собственность представляет собой непосред­ственное выражение хозяйственной власти и контроля за ресурсами в обществе, где субъекты обладают разным «потенциалом насилия». Мобилизация этого потенциала резко сужает и добровольность, и рациональность выбора вариантов.

Исторически всякая частная собственность вытекала из источника власти как постепенное узурпирование особых прав жрецами и военачальниками — субъектами насилия и толкователями сакральных (священных) смыслов. Но и в дальнейшем собственность остается прямым порождением и оформлением полномочий власти и авторитета. Особенно ярко это проявлялось в древних обществах «азиатского деспотизма», а в XX столетии — в обществах советского типа. Здесь реальные отношения собственности, относительно независимо от их законодательного оформления, остаются подвижной рамкой, которая постоянно реконструируется политической и символической властью. Таким образом, власть выступает как узурпирование деятельностных ресурсов, ограничивающее права других субъектов на эти ресурсы. А собственность становится структурным оформлением властных отношений, рамкой легитимной хозяйственной деятельности.

1. **Социальная укрепленность экономического действия; труд и социализация, распределение и справедливость, обмен и самоутверждение, потребление и соучастие, доход и статус и т.д.**

Труд и социализация. С технико-экономической точки зрения труд выступает как целесообразная деятельность человека, приспосабливающая вещество природы к его потребностям. Экономическая, сторона труда раскрывается в использовании рабочей силы (в том числе посредством ее купли-продажи) как ограниченного ресурса в соединении с другими ресурсами или факторами производства с целью получения вознаграждения. Экономист может обратить внимание на процесс принятия решений или размеры привлекаемого «человеческого капитала», но этим его интерес в основном и ограничивается.

Между тем существует иная, социологическая сторона труда, где он выступает как процесс социализации. Трудовой процесс становится организационной рамкой, посредством которой происходит вхождение человека в коллектив, характеризующийся своими группами интересов и относительно закрытыми коалициями, особыми ритуалами и стратегиями взаимодействия. Здесь человек приобщается к установленному порядку и становится объектом наблюдения, контроля и дисциплинарного воздействия. Превращаясь в работника, он осваивает отнюдь не одни только профессиональные роли. Он узнает, что значит быть «начальником» или «подчиненным», «лидером» или «аутсайдером», «товарищем» или «коллегой», «передовиком» или «отстающим».

В процессе труда человек учится получать и передавать информацию, реагировать на давление извне и разрешать конфликтные ситуации, дозировать собственные усилия и изображать усердие, устанавливать связи и нарабатывать авторитет. В этом процессе обнаруживается когнитивный элемент, связанный с получением новых навыков и познанием предметной стороны мира, а также эстетический элемент, выражающийся в придании продукту некой законченной формы. Труд является обменом деятельностью в самом широком смысле слова. И даже индивидуальный труд воплощает интернализованные нормы, выработанные в процессе такого обмена. Труд — это школа социализации, в которой проходит весомая часть всей нашей жизни. И наряду с производством продуктов и услуг, труд выступает как производство и воспроизводство самого Человека.

Воспроизводство человека в труде не всегда происходит благополучно. В одних случаях человек, принудительно или добровольно, включается в трудовой процесс, зажатый в тиски социальных условий, которые являются внешними и чуждыми для него, более того, порабощало человека, делают его труд бессмысленным, уродующим морально и физически. Причем человек своими собствен­ными руками и мыслями продолжает воспроизводить эти соци­альные условия. К. Маркс называл такое состояние отчуждением труда. В других случаях человек выполняет трудовые функции, вступая в отношения, неурегулированные социальными нормами: правила и предписания в данной области еще не выработаны, или они существуют, но отвергаются определенными группами. Здесь на поверхность нередко прорываются не лучшие человеческие качества — в виде безудержной алчности или безжалостной конкуренции. Подобные выпадения из нормативной среды были названы Э. Дюркгеймом состоянием аномии. Оба состояния указывают на принципиальное значение социальных условий трудовой деятельности и на различия ролей, которые они играют в трудовом процессе.

Распределение и справедливость. Нормы распределения ресурсов складываются не просто из калькуляции затрат и максимизации чистой выгоды. Они испытывают сильное воздействие сущетвующих представлений о справедливости и выражают принципы, несводимые к текущим экономическим интересам, ибо за ними стоят нравы и обычаи данного народа. «Справедлива» ли установленная цена, «справедлива» ли взимаемая норма процента, «справедлива» ли оплата затраченных трудовых усилий? Игнорировать эти вопросы не рекомендуется, даже если здесь усматривается противоречие рациональным экономическим расчетам.

За устойчивыми представлениями о так называемой справедливой цене могут скрываться самые разные вещи: традиция («мы всегда платили за этот товар именно такую цену»); представления о производственных издержках («этот товар не может стоить столько»); знание аналогичных цен других продавцов («здесь совсем другие цены»); наконец, просто возможность заплатить предложенную цену («мы всегда могли это купить»). Полагаем, что «справедливая цена» является относительно независимым центром, вокруг которого происходят ценовые колебания. Этот центр принципиально отличен от стоимостной основы цен независимо от того, измеряется последняя затратами производителя или сравнительной ценностью для покупателя. Возникновение второго центра указывает на более сложный характер ценообразования по сравнению с тем, который рисуется механизмом предельных издержек.

Подобные замечания относятся и к представлениям о «справедливой тате за труд. Работники соотносят уровень текущей оплаты со множеством параметров: с прошлым уровнем оплаты; оплатой на других предприятиях и даже в других городах; с ростом цен на предметы потребления; с доходами предприятия. При этом представления о справедливости очень часто оказываются важнее чисто экономических расчетов. Так, мизерная недоплата по срав­нению с коллегами по работе, не играющая решительно никакой роли с точки зрения покупательной способности, способна вызвать сильное социальное раздражение и породить конфликт (который, возможно, обойдется конфликтующим сторонам намного дороже).

Древнейшее требование распределения по труду невозможно свести к техническому принципу калькуляции затрат. Более того, с расчетной точки зрения распределение по количеству и качеству труда — принцип весьма противоречивый. Но главное, распределение по труду — это этико-экономическое требование, которое находится в зависимости от представлений о «справедливой оплате» и, в частности, от того, что в данном сообществе считается «производительным трудом». Известно, например, что в нашей стране и при советском, и при постсоветском режимах базовые ставки заработной платы рядовых научных работников значительно ниже, чем водителей автобусов. Объясняется это, полагаем, не столько соображениями функциональной целесообразности, сколько укорененным представлением об умственной работе как «игре», не могущей считаться «настоящим трудом».

Обмен и самоутверждение. Экономическое действие можно представить как обмен деятельностью, осуществляемый на началах возмездности и эквивалентности в целях максимизации полезности хотя бы для одного, а в идеале для всех участников этого обмена. Но нельзя не обратить внимание на то, что, во-первых, эквивалентность есть лишь частный случай возмездности; а во-вторых, множество хозяйственных обменов совершается с целями неутилитарного характера.

По свидетельствам антропологов, обмен в примитивных обществах возник как взаимное приношение даров и взаимное угощение, которые являются не экономическими, а преимущественно социальными актами. Цель их — не достижение экономической выгоды, а утверждение соседских и дружеских связей. С чисто же экономических позиций такого рода акты не только не приносят выигрыша, но, напротив, означают затрату изрядной части общего богатства (то же, к слову, относится к сохранившейся поныне тра­диции обмена подарками на Рождество и в прочие праздники). Конечно, взаимный обмен выполняет и экономические функции — взаимного хозяйственного страхования и поддержки, быстрой мобилизации ресурсов в экстремальных ситуациях. Но механизм реализации этих функций лежит за пределами экономики как таковой.

Обмен дарами обходится без торговли, без выяснения полезности преподносимого для его получателя, без гарантий эквивлентного возмещения затрат. В принципе предполагается, что сегодняшний получатель в будущем должен ответить тем же. Но зачастую не преследуется даже и эта цель. Если инициатор дарения преподносит другому такой дар, что тот по экономическим причинам не сможет «отдариться», то он (инициатор) укрепляет свое социальное положение в сообществе. В данной ситуации не на­копление имущества, а его публичная раздача в большей степени повышает престиж дарителя.

Замечу, что и чисто рыночный обмен нельзя совершенно без­оговорочно свести лишь к экономическим элементам. Значительная часть цен, как известно, по-прежнему устанавливается гибко в результате неформального торга. И веками сохраняющийся обычай торговаться едва ли можно рассматривать исключительно как проявление жадности или способ установления равновесной цены. Здесь часто присутствует и другое: «торг» — это и способ общения, установления социальных контактов, в которых эко­номический расчет сочетается с ритуальной игрой и борьбой засоциальное признание (когда, например, мы отказываемся торго­ваться с «чужаком» и теряем какие-то деньги, то тем самым как бы подчеркиваем социальную дистанцию между нами). Да и сам экономический расчет далеко не одномерен. Так, установление уровня цены сообразно с внешним видом покупателя есть прояв­ление экономического расчета, с которым совмещается, однако, комплекс социальных оценок. И никакая стандартизация качест­ва продукции и цен не может помешать тому, что к своим посто­янным клиентам или приятелям, землякам или единоверцам от­носятся иначе, нежели к просто зашедшим с улицы, незнакомым, «чужим».

Потребление и соучастие. Широко распространенное представ­ление о том, что люди осуществляют свой потребительский вы­бор, исходя из оптимального использования ограниченных ресур­сов, тоже требует существенных оговорок. Почему, скажем, в со­временной России быстро раскупаются не просто дорогие, но са­мые дорогие автомашины, да еще с длинным шлейфом повышен­ных рисков — угона, аварий, преждевременного износа? Описан­ное еще в начале века Т. Вебленом престижное потребление во множестве случаев является «нерациональной» тратой средств, ибо связано с приобретением более дорогих и-«ненужных» вещей вместо «нужных» и более дешевых. При этом, однако, подобное поддер­жание престижа не прихоть, а довольно жесткая социальная норма для определенной группы населения, нередко весьма обре­менительная экономически, по крайней мере для ее менее обеспе­ченной части. «Оставаться голодным, но прилично одетым» — по­добный выбор можно счесть рациональным, но его связь с мерка­ми индивидуальной или общественной полезности окажется не столь очевидной.

Различия в стилях потребления зачастую невозможно объяс­нить толщиною кошельков. Почему, например, в одну и ту же эпоху в странах Восточной Европы можно узнать профессиональ­ную (классовую) принадлежность человека по стилю носимой одеж­ды, а в Соединенных Штатах это сделать намного труднееПо­тому что в национальной культуре и в культуре разных социаль­ных слоев складываются свои особые устои. По мнению француз­ского социолога П. Бурдье, действиям, из которых складывается стиль жизни, предшествует совокупность вкусов. Вкусы, в свою очередь, базируются на «хабитусе»— совокупности диспозиций мышления, восприятия и оценивания, — на который оказывают существенное влияние прежде всего такие факторы, как социальное происхождение и образование.

В свою очередь потребительский выбор становится стратегией социальной самоидентификации. В чем сила рекламы, быстро за­полонившей наш видео и радио эфир. Она нужна не столько как ориентир для выбора товаров получше и подешевле, сколько как средство присоединения к определенному «сообществу потребле­ния». Следуя рекламным объявлениям, люди стремятся покупать «то же, что и все» (а точнее, то, что покупает выбранная ими в качестве ориентира референтная группа).

Доходы и статус. Если деньги — это лишь количественное вы­ражение покупательной способности, то почему человек придает такое значение надбавке к зарплате, которой хватит разве что на пару поездок на такси? Почему предприниматель тратит лучшие годы жизни на реализацию рисковых проектов? Неужели для того только, чтобы получить лишний десяток или сотню тысяч? Види­мо, дело тут не в деньгах как таковых. Доход — это больше чем просто денежная сумма или мера покупательной способности. Это также претензия на определенный статус. Деньги оказываются зна­ком (маркером), позволяющим отнести человека к определенному рангу. Специалист первой категории хочет отделить себя от спе­циалистов второй категории, старший экономист — от просто эко­номистов и т.д. Повышение дохода не всегда является достаточ­ным условием достижения новых статусных позиций (ибо статус­ные претензии не всегда адекватно воспринимаются другими чле­нами общества), но порой это — необходимое условие.

Доходы играют еще и важную символическую роль. Высокий доход символизирует благополучие, высокую профессиональную квалификацию и хорошие деловые способности. Низкий доход тоже часто становится знаком особого статуса (например, неангажиро­ванности, некоммерческого характера деятельности). Помимо этого доход выступает как статусная привилегия, продукт властных пол­номочий. Он часто является «автоматическим приложением» к рабочему месту и никак не связан с эффективностью работы. Пре­вращение дохода в привилегию сегодня более характерно для бю­рократических систем, но встречается практически повсеместно.

На статусную окраску дохода существенно влияет характер его источников. Экономисту в общем безразлично, каким путем до­быты используемые денежные средства — благородным или низменным, законным или криминальным. В глазах же общества воз­можна серьезная девальвация «грязных денег». Мы вынуждены также мириться с тем, что один и тот же доход воспринимается по-разному в зависимости от способа его получения: одно дело, если он заработан собственным физическим трудом; другое — если обеспечен путем организации труда других людей; третье — если получен в результате перепродажи готовых продуктов или предо­ставления денежных ссуд под проценты. Отношение к этим видам дохода различно в разные исторические периоды, зависит от на­циональной культуры, принадлежности к той или иной социаль­ной группе. И оно никогда не было и не будет одинаковым, сколь­ко бы ни толковали об общественной полезности каждого из ука­занных видов деятельности.

Производство благ и производство знаков. Понятие производ­ства ассоциируется у нас в первую очередь с изготовлением мате­риальных продуктов. Между тем доля материального производст­ва во всех ведущих странах в течение десятилетий устойчиво сни­жается, уступая место сфере услуг. А в этой сфере ширятся отрас­ли, производящие разного рода символы и путеводители в мире символов. Средства массовой коммуникации вырабатывают огром­ное количество информации, заполнявшая все и вся реклама предлагает образцы продуктов, не слишком жестко связанные с их материальными свойствами; мощная индустрия развлечений при­глашает нас в бесчисленные искусственные миры — игровые, ту­ристические, кинематографические.

Исследовательские и изобретательские работы уже не просто предшествуют производственному процессу, но непрерывно со­провождают этот процесс, становятся его неотъемлемой частью в условиях постоянного обновления и гибкого приспособления к запросам рынка. Дизайнеры «упаковывают» ваш продукт, специа­листы в области «паблик рилейшнз» работают над созданием ва­шего имиджа. Культурные учреждения превращаются в сферу де­ловых услуг, их «продукция» ставится на поток. И сегодня факти­чески любой продукт помимо изначальных потребительских свойств несет в себе массу закодированной информации и нагружен воро­хом смыслов и образов, символизирующих успех или здоровый образ жизни, идеологические пристрастия или принадлежность к этнической группе. Все труднее становится отделить «производст­во» от «не производства».

Фиксация данной тенденции позволила британским социоло­гам С. Лэшу и Дж. Урри назвать современную экономическую систему «экономикой знаков и пространства». По их мнению, наряду с ускоряющимися, потоками капитала, труда и товаров, неизмеримо возрастает роль «рефлексивного накопления» инфор­мации и образов. Происходит выхолащивание материальных хо­зяйственных объектов, а социальные структуры уступают место информационным и коммуникационным структурам. Производ­ство теперь не просто базируется на исследованиях и освоении культурных образцов, но само во многом превращается в иссле­довательский и дизайнерский процесс, в сферу когнитивной и эстетической рефлективности, где человек погружен в создание и интерпретацию знаков.

Множественность денег. Деньги выполняют роль всеобщего эквивалента и универсального измерителя. Эти качества не вытекают из приро­ды денег как таковых, а являются продуктом исторического разви­тия их функций. Для примитивных обществ были характерны не только множественность натуральных форм денег (металлы, скот, раковины и пр.), но и несоразмерность оценок в зависимости от «качества» денег, а также сословные и гендерные различия во вла­дении деньгами. Многие из них исчезли задолго до наших дней. И когда заходит речь о современных деньгах, они рассматривают­ся как продукт последовательной рационализации, в процессе ко­торой деньги превратились во внекачественную субстанцию и все­общего уравнителя, универсального посредника и чистую симво­лизацию обмена, воплощение абстрактной покупательной способ­ности и абсолютно деперсонифицированную силу. Об этом писа­ли едва ли не все ведущие социологи эпохи современности, кото­рые в своих оценках сущности и роли денег оказались едины с экономистами.

Трудно отрицать силу тенденции к унификации экономичес­ких форм. Тем не менее и сегодня благополучно сохраняется и порою даже развивается множественность денег, связанная с оби­лием их натуральных и экономических форм, покупательной спо­собности, а также с различиями в значениях, придаваемых денеж­ным суммам. Начнем с того, что единая национальная валюта — не столь давнее завоевание. В США она была утверждена лишь в 1863 г., когда в обращении находилось не менее пяти тысяч раз­ных банкнот, а окончательная стандартизация произошла только в 1933 г. Вытеснив благородные металлы, деньги облачились в сотни национальных мундиров. Но помимо обычных бумажных денег, государством и сотнями негосударственных учреждений выпуска­ется масса разных кредитных денег в виде государственных казна­чейских обязательств; и налоговых освобождений, акций и вексе­лей. Они настолько разнообразны и многочисленны, что учет и контроль за совокупной денежной массой в современном хозяйст­ве, да и само определение того, что следует относить к «деньгам», представляются весьма затруднительными.

В повседневной жизни мы нередко используем заместители денег — талоны и жетоны, чеки и расписки. Чем жестче монетар­ная политика, тем больше денежных суррогатов возникает на фи­нансовом рынке и тем чаще функции денег присваиваются «ино­родным» материальным объектам. Предприятия прибегают к бар­терному обмену.

Денежные единицы обладают разной покупательной способнос­тью. Безналичные деньги во многих ситуациях оказываются де­шевле наличных (устанавливаются особые цены за обналичивание средств). Рыночная стоимость ценных бумаг может весьма далеко отклоняться от номинала: В целом покупательная способность разных денежных единиц формируется в подвижных рамках пра­вовых и институциональных ограничений, общего социокультур­ного контекста. Например, власти вправе запретить свободное хож­дение иностранных валют и их покупку вне лицензированных уч­реждений. Из сфер, доступных Для денежных платежей, могут выводиться земля: и недвижимость, покупка высококачественных услуг может перекрываться воротами ведомственных учреждений.

Сплошь и рядом выдаются «связанные» деньги, предназначенные на строго определенные цели (фанты на исследования, частный потребительский и строительный кредит). В свою очередь, не каж­дый волен обладать любыми денежными единицами. Некоторые ценные бумаги выпускаются, скажем, только для ограниченного круга юридических лиц. Одни и те же денежные единицы порою не подлежат взаимному обмену. Например, в советской производ­ственной системе деньги представляли собой целый ряд учетных единиц с ограниченной покупательной способностью, предписы­ваемой их целевым назначением: деньги, выделенные на капи­тальные вложения и на заработную плату, были разными деньга­ми, и их реальная ценность существенно различалась.

Но это еще далеко не все. Многочисленные перегородки вы­страиваются самим отношением людей, которые своими действия­ми плодят различия между видами денег — в зависимости от спо­собов получения и использования средств. С экономической точки зрения это выглядит абсурдно, но наше отношение к одной и той же сумме денег во многом определено тем, как она нам досталась: выиграна в лотерею или получена в подарок, положена в карман в качестве обычного месячного жалования или заработана какими-то сверхусилиями. Для каждого вида «легких» и «трудных» денег есть свои наиболее вероятные способы трат. Отношение к деньгам зависит и от их наличной формы.

Деньги способны выполнять особые символические роли. Юбилейные монеты становятся предметом коллекционирования и имеют одновременно две рыночных цены (номинал для всех и повышенную цену для знатоков). В определенных социальных груп­пах деньги преподносятся в качестве подарка на свадьбу или в день рождения. Важно то, что всевозможные функции денег фор­мируются не только в рамках, поставленных социальной средой, но и в самой этой среде. Так, допустимость взяток, наличие и размер «чаевых» за услуги во многом вытекают из правовых норм, национальной традиции и порядка, установленного в данном типе учреждений. Тем самым пониманию современных денег как уни­версального выражения чисто инструментальной рациональности противостоит менее привычный и менее разработанный взгляд на деньги как на подлинно культурный феномен.

Литература:

* 1. Радаев В.В. Экономическая социология. Курс лекций. М.: 2000-368с.
  2. Соколова Г.Н. Экономическая социология. Мн.: Высш. шк. 1998-368с.