

**На правах рукописи**

**Аникаева Елена Алексеевна**

**СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ В ОТНОШЕНИИ ДЕНЕГ КАК  
ФАКТОР ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ**

Специальность 22.00.03 –  
Экономическая социология и демография

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

Москва – 2008



## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### Актуальность проблемы

Деньги являются неотъемлемым элементом жизни человека в современном обществе и, несмотря на это, они по-прежнему остаются малоисследованной социологической категорией. Р. Коллинз отметил, что деньгам не уделяется должного внимания, «как если бы они были не достаточно социологичны»<sup>1</sup>. Аналогичные слова можно сказать и в отношении социальных установок в отношении денег, связанные с отсутствием в России исследований, посвященных социальным установкам в отношении денег, их классификации и анализу связи со стратегиями финансового поведения.

Отметим, что первыми успешными попытками взглянуть на специфику отношения россиян к деньгам и обозначить основные отличия от зарубежных стран были сделаны О. Дейнекой. Именно ею опросник А. Фернхэма, положенный в основу данного диссертационного исследования, был адаптирован для России. Проведенные ею исследования показали насколько многогранны социальные установки россиян в отношении денег, кроме того, была показана их специфика в отличие от западных стран<sup>2</sup>.

Отмеченное выше можно расценивать как основу дальнейших фундаментальных исследований, касающихся социальных установок в отношении денег, их классификации и изучению специфики. Однако, исследований, касающихся анализа взаимосвязи социальных установок в отношении денег и стратегий финансового поведения не только в России, но и в западных странах не проводилось. Именно это и характеризует актуальность диссертационного исследования, основная цель которого не просто типологизировать социальные установки в отношении денег и стратегии финансового поведения, но исследовать их связь. Таким образом, в диссертации две априорные модели социальных установок в отношении денег и стратегий финансового поведения будут интерпретированы на основе эмпирических данных и что особенно актуально – будет построена модель анализа их взаимосвязи.

Таким образом, актуальность диссертации определяется двумя основными составляющими, во-первых, недостаточной разработанностью понятия социальных установок к деньгам в социологии, потребностью в анализе составляющих их

---

<sup>1</sup> Collins R. Review of *The Bankers*, by Martin Mayer // *American Journal of Sociology*. 1979. Vol.85. P.190.

<sup>2</sup> Сравнительная характеристика основывалась на данных полученных в ходе опросов проведенных в Санкт-Петербурге (О. Дейнека) и Великобритании (А. Фернхэм). Заметим, что исследования Дейнеки

элементов и классификации социальных установок к деньгам в рамках экономической социологии, во-вторых, отсутствием в России исследований связи социальных установок к деньгам и стратегий финансового поведения.

### **Разработанность проблемы**

Становление понятия денег в социологии началось еще в рамках классической политической экономики XIX века в работах К. Маркса. Несомненно, огромное значение имеют труды таких социологов, как Г. Зиммель, М. Вебер, Т. Веблен и др. Они разработали методологию анализа экономических явлений в социологии, в том числе их работы сыграли особое значение в становлении современного подхода к изучению денег. Не менее важной для изучения функционирования денег в современных обществах явилась теория структурно-функционального анализа Т. Парсонса и Р. Мертона.

Надо заметить, что вклад в формирование термина деньги внесли исследователи, работавшие в различных областях науки. Внимание деньгам уделяли и такие социологи, как Ю. Хабермас, Н. Луман, Дж. Коулман, Й. Шумпетер, экономист и социолог К. Поланьи, специалисты в области экономической социологии – Дж. Ингхэм, Н. Додд, В. Зелизер, В.В. Радаев, Дж. Смифин, экономической теории – Ф. Хайек, и экономической психологии – Т. Уайзман. Несомненно, огромное значение имеют и труды экономистов – Д. Рикардо, С. Гезелла, Дж. Хикса и Р. Рэйя, интерпретировавших деньги в терминах выполняющих ими функций в экономике и их роли в экономическом обмене. Идеи формирования денег и их модификации по мере развития общества от примитивного до уровня современного отражены в экономико - антропологической работе М. Дуглас.

Необходимо особо выделить авторов, в работах которых рассматриваются вопросы интерпретации понятия социальных установок в общем, и в частности социальных установок к деньгам и их структуры. В первую очередь отметим авторов, посветивших свои работы общей характеристике термина социальных установок, к ним относятся такие ключевые фигуры как – У. Томас, Ф. Знанецкий, которые впервые ввели понятие «установки» («attitude») в научную литературу. Следует отметить также и других авторов, которые внесли существенный вклад в развитие данного направления – Г. Олпорт, С. Оскамп, Г. Нэтл, Х. Голдинг, С. Бим, М. Фишбейн и И. Айзен. В диспозиционной концепции регуляции социального поведения личности Ядов В.А. не

---

касались анализа различий различных социальных групп (предпринимателей, банкиров и бюджетной интеллигенции).

только дал интерпретацию термина социальных установок, но и указал их элементы. Огромное значение для данной работы имеют труды авторов, интерпретировавших понятие социальных установок в отношении денег и охарактеризовавших их структурные элементы. К числу авторов данного направления относятся как российские: Дейнека О.С., Фенько А.Б., Абрамова С.Б., Семенов М.Ю., Зарубина Н.Н., Ключников С.Ю., Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. и Спасенников В.В., так и зарубежные исследователи: М. Олисон, Дж. Олсон, Г. Мэйо, Д. Танг, Д. Снэлдерс, Т. Вайсман, А. Игли, Ш. Чэйкен, Ж. Медина, С. Лиан, С. Джиндэл, Дж. Робертс, И. Джоунс, Ч. Суф, Р. Милтон, М. Смит, Д. Креч, Р. Крачфилд, Г. Трэйндис, М. Бернхард, Д. Крюгер, Д. Кац, Э. Стотленд и Б. Снихенд.

Упоминания также требуют вклад тех исследователей, которые разработали методы измерения социальных установок к деньгам и инструменты исследования различных аспектов социальных установок в отношении денег: П. Вернимонт, Т. Тэо, С. Фитцпатрик, Х. Голдберг, Р. Льюис, К. Ямаучи, Д. Темплер, А. Фернхэм, Н. Форман, А. Гришем, Г. Фонтенот, Т. Танг, В. Байли, О. Меллан, В. Лим, Т. Митчелл, С. Дакин, Дж. Готтенферч и Р. Луна-Арокас.

Отметим, что исследованию финансового поведения посвящены работы как российских (Аврамова Е.М., Богомолова Т.Ю., Дискин И.Е., Задорин И.В., Ибрагимов Д.Х., Красильникова М.Д., Кузина О.Е., Николаенко С.А., Овсянников А.А., Овчарова Л.Н., Радаев В.В., Рощина Я.М., Римашевская Н.М., Стребков Д.О., Силласте Г.Г., Тапилина В.С. и др.) так и зарубежных авторов (А. Каптейн, А. Тверски, Г. Шефрин, Голдшильд, Д. Канеман, Дж. Дьюзенберри, Дж. Катона, Дж. Кейнс, И. Фишер, Й. Гуннарссон, П. Лунт, К.-Э. Уорнерид, М. Фридман, Р. Алеси, Р. Брамберг, Р. Валунд, Р. Талер, С. Ливингстоун, Ф. Модильяни и др.).

Несмотря на то, что теме денег, установок к ним и финансовому поведению посвящено достаточно много работ авторов, упомянутых ранее, тем не менее, неизученным остается исследование российской специфики социальных установок к деньгам и их типологизация, поскольку все исследования, касающиеся данного вопроса, охватывались в основном в зарубежных изданиях. Особенно важной и неизученной темой является исследование взаимосвязи между стратегиями финансового поведения и социальными установками в отношении денег.

### **Цель исследования**

Цель диссертационной работы состоит в выявлении особенностей финансового поведения людей с разными типами социальных установок к деньгам.

### **Задачи исследования**

Для достижения поставленной цели работы необходимо последовательно решить ряд задач, в число которых входят следующие:

1. Провести сравнительный анализ концептуальных подходов российских и зарубежных исследователей к изучению социальных установок в отношении денег и способов их операционализации
2. Обосновать понятие социальных установок в отношении денег
3. Разработать типологию социальных установок в отношении денег
4. На данных анкетного опроса населения выделить группы с различным типом социальных установок в отношении денег
5. Дать социально-демографическую характеристику полученных типов социальных установок в отношении денег
6. Выявить взаимосвязь между типами социальных установок в отношении денег и стратегиями финансового поведения

### **Объект и предмет исследования**

Объектом настоящего диссертационного исследования является население г. Перми.

Предметом исследования выступают социальные установки в отношении денег и их связь с финансовым поведением.

### **Методы, использованные в работе**

В работе используются методы многомерного статистического анализа. Для выделения основных типов социальных установок к деньгам применялась процедура факторного анализа. Процедура многомерного шкалирования позволила расположить существующие практики финансового поведения в пространстве пяти стратегий финансового поведения: сбережение, страхование, потребление, инвестирование и заемно-долговое поведение.

Работа опирается на такие теоретические направления как: теория множественности денег и теория символического интеракционизма.

### **Эмпирическая база исследования**

В настоящей работе используются данные социологического опроса, проведенного Аникаевой Е.А. в декабре 2006 – январе 2007 в городе Перми. В качестве метода сбора информации в исследовании использовался поквартирный анкетный опрос. Отбор респондентов производился на основе случайной выборки. Структура анкеты, помимо опросника А. Фернхэма включала также и другие блоки (социально-демографический; личностный; экономический), которые позволили проанализировать личностные характеристики и их стратегии финансового поведения.

Всего было опрошено 294 человека. Выборочная совокупность по полу и возрасту репрезентативна данным Федеральной службы государственной статистики России по Пермской области о численности городского населения Перми<sup>3</sup>.

В диссертации, для сравнительного анализа, также приводятся данные пилотажного исследования, проведенного в городе Перми в мае 2004 года. Выборочная совокупность составила 133 человека. Исследование проводилось с целью проверки инструмента исследования социальных установок в отношении денег – опросника А. Фернхэма.

### **Научная новизна диссертации**

1. Развита понятийный аппарат и уточнено социологическое содержание социальных установок в отношении денег и их структурных компонентов. Интерпретация термина социальных установок в отношении денег строилась с позиции рассмотрения денег как социального объекта, отношение к которым формируется в процессе социализации и основано на эмоциональном и когнитивном их восприятии, а также интенциях в отношении их использования.
2. Предложен новый подход к социальным установкам в отношении денег, основанный на теории множественности денег В. Зелизер. Тестирование априорной модели социальных установок показало совместимость модели с эмпирическими данными. Все установки к деньгам были классифицированы на шесть типов: деньги как средство получения власти; деньги как предмет сохранения; деньги как ценность; деньги как объект контроля; деньги как достижение; деньги как недостаточность (несоответствие).
3. На основе диссертационного исследования было приведено обоснование того, что социальные установки в отношении денег, как и социальные установки в общем,

---

<sup>3</sup> Численность постоянного населения Пермской области по полу и возрасту // Федеральная служба государственной статистики России по Пермской области. Пермь, 2007. С.9-10.; Распределение по

имеют трех компонентную структуру: познавательный (когнитивный), эмоциональный (аффективный) и поведенческий (конативный) элементы.

4. На основе априорных моделей стратегий финансового поведения и социальных установок к деньгам, подтвержденным в ходе проведенного исследования, была выявлена связь между типом социальных установок в отношении денег и стратегией финансового поведения. Было показано, как социальные установки в отношении денег независимо от уровня дохода влияют на выбор стратегии финансового поведения.
5. В противоположность существующим работам по тематике социальных установок в отношении денег, которые преимущественно основывались на данных исследований в Великобритании, диссертационное исследование посвящено анализу российской специфики социальных установок в отношении денег. Основной отличительной характеристикой социальных установок в отношении денег россиян в отличие от западных стран (в частности от Великобритании) заключается в том что, именно в России доминирует отношение к деньгам как к объекту контроля, доминирующей характеристикой которого является консервативность в отношении финансового поведения, использования банковских инструментов и продуктов и т.п., что в первую очередь обусловлено спецификой политического устройства дореформенной России. В то время как в Великобритании доминирующим является фактор, описывающий деньги как элемент системы ценностей и мотиватор, представленные как фактор накопления, капитал.

#### **Теоретическая и практическая значимость исследования**

Материалы диссертационного исследования могут использоваться при:

- обосновании предметной области социологического подхода к анализу денег;
- формировании и систематизации понятийного аппарата социологии денег;
- чтении учебных курсов «Экономическая социология», «Социология денег», «Социология финансового поведения»;
- разработке моделей финансового поведения населения, которые смогут усилить прогностический потенциал социологической теории;
- подготовке, проведении и анализе данных социологических и маркетинговых исследований финансового поведения;
- финансовом консультировании по управлению личными средствами.



### **Апробация результатов исследования**

Материалы диссертации использованы при разработке учебных курсов кафедры Социологии и политологии гуманитарного факультета Пермского Государственного Технического Университета.

- «Социально – психологические проблемы бизнеса и предпринимательства» для студентов направления 04.0200.68 «Социология», магистерская программа «Социология труда и предпринимательства»;
- «Психология предпринимательства и основы маркетинга» для студентов 5 курса специальности 04.0201 (020300) «Социология», специализация 04020115 (020315) «Социальная психология»;
- «Социология рынков» для студентов направления 04.0200.68 «Социология», магистерская программа «Социология труда и предпринимательства».

Результаты диссертационного исследования были представлены в докладах, сделанных на трех конференциях:

- Первой конференции аспирантов Института социологии РАН «Молодые социологи о трансформациях в России и вызовах современности» с докладом на тему «Факторы, определяющие социальные установки в отношении денег (модельный подход)» (Звенигород, 2005г.).
- Второй научно-практической конференции аспирантов Института социологии РАН «Россия в современном мире: проблемы, тенденции, перспективы развития» с докладом на тему «Влияние гендерных различий на социальные установки к деньгам» (Звенигород, 2006г.).

## **Структура и объем работы**

Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения:

Введение

Глава 1. Основные подходы к определению денег в социологии

1.1. Деньги как составной элемент системы товарно-денежных отношений

1.2. Деньги как социальные отношения. Понятие множественности денег

Глава 2. Методологические основы исследования социальных установок в отношении денег

2.1. Определение понятия социальных установок в отношении денег и их структура

2.2. Методы измерения социальных установок в отношении денег

2.3. Моделирование связи между социальными установками в отношении денег и стратегиями финансового поведения индивидов

Глава 3. Исследование связи социальных установок в отношении денег и стратегий финансового поведения

3.1. Общая характеристика исследования

3.2. Анализ полученных результатов, их интерпретация и выводы

Заключение

Приложение

Литература

Объем работы составляет 168 страниц, включая 32 таблицы, 2 диаграммы и 2 рисунка. В приложении приведены материалы, которые были использованы при написании диссертации, но не вошли в основной текст.

Основные положения диссертации изложены в 4 научных публикациях, общим объемом 2,8 п.л.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** обоснована актуальность изучения социальных установок к деньгам и значимость анализа их взаимосвязи со стратегией финансового поведения, описана степень разработанности проблемы, сформулированы цели и задачи исследования, охарактеризована эмпирическая база и используемые методы работы, определены объект и предмет, а также научная новизна, теоретическая и практическая значимость диссертации.

**В первой главе** – «Основные подходы к определению денег в социологии» - основные подходы классиков и современных исследователей социологической теории к деньгам рассматриваются с позиции двух направлений. Первое – анализ денег как составного элемента системы товарно-денежных отношений. Акцент делается на функциональном характере денег, их однородности и унифицированности. Второе – рассмотрение социальной множественности денег, анализ денег как социальных отношений.

**1.1. В первом параграфе** главы – «Деньги как составной элемент системы товарно-денежных отношений» рассматривается понятие денег, сформированное в русле классической политической экономии. В первую очередь определение денег имело функциональный характер, когда они определялись через выполняемые ими функции: меры стоимости; средства обмена; накопления стоимости. Деньги рассматривались как расчетный эталон, действующий как идеальная мера стоимости, к которой приравнивается стоимость обмениваемых товаров для получения возможности осуществления товарообмена. Таким образом, деньги выступают в рамках данного направления анализа в качестве товара, исполняющего роль всеобщего эквивалента. В рамках рассматриваемого подхода анализировались научные позиции К. Маркса, Г. Зиммеля, Т. Парсонса, Ю. Хабермаса, Ф. Хайека, С. Гезелла, Ригеля, Д. Рикардо, Дж. Хикса, Р. Рэя.

При данном разделении двух подходов к определению денег в работе подчеркивается неоднозначная позиция М. Вебера. Поскольку, с одной стороны, его высказывания относительно монетаризации – увеличения доли товаров и услуг, покупаемых и продаваемых за деньги, экспансии рынка, проникавшего во все социальные пространства посредством денег, сопровождалась их определением как наиболее абстрактного и безличного элемента человеческой жизни, выполняющего функции платежного средства и всеобщего средства обмена. В первую очередь, речь идет о возможности осуществлять возможность расчета, устанавливая общий знаме-

натель, к которому могут быть отнесены все блага. С другой стороны он полагал, что деньги не ограничиваются только сферой формальной рациональности, их роль шире, поэтому деньги необходимо рассматривать не только в качестве предмета экономической теории. Поэтому, говоря о денежной экономике, он рассматривал, в том числе и ситуации, в которых деньги используются не только как средство обмена, но и в целях социального престижа. Вебер идет путем, противоположным Зиммелю, что отражается в том, что Зиммель считает современную культуру, в том числе и сложившуюся систему ценностей, следствием господства денег, а Вебер, наоборот – полагает, что ценности общества определяют отношение людей к деньгам.

Основными тенденциями развития товарно-денежных отношений являются, во-первых, формирование однородности денег. Происходит унификация их предметных форм, и число денежных единиц имеет тенденцию к сокращению. Это касается и сокращения зон действия денежных суррогатов, и слияния разных национальных валют. Деньги становятся все более универсальными и взаимозаменяемыми, свободно конвертируясь друг в друга. Кроме того, деньги демонстрируют все возрастающую нейтральность к социальным различиям, и все менее обременяются функциями ритуального и социального контроля. Во-вторых, они делают все более однородным окружающий мир. Они превратились во внекачественную субстанцию всеобщего уравнивателя<sup>4</sup>, побуждающих людей вести себя предсказуемым образом, универсального посредника и чистую символизацию обмена, воплощение абстрактной покупательной способности и абсолютно деперсонифицированную силу, которая способствует превращению социальных отношений в просчитываемые инструментальные связи, а всего мира, словами Зиммеля, - в «арифметическую задачу». Наряду с законом и интеллектом деньги становятся мощным средством рационализации не только хозяйственной, но и всей социальной жизни.

**1.2. Во втором параграфе** главы – «Деньги как социальные отношения. Понятие социальной множественности денег» рассматриваются теории, в которых деньги пронизаны культурными, социальными и властными отношениями. Данный подход строится на социологической модели социальной множественности денег. Й. Шумпетер показал не только не только их функциональную значимость в обществе как средства обмена, платежа, накопления сбережений, он отмечал и существование сферы, отличной от рациональной области экономического поведения, где деньги в культурном плане вовсе не лишены содержания. Предпосылками подобных

---

<sup>4</sup> «Подобно тому, как в деньгах стираются все качественные различия товаров, они, в свою очередь, как радикальный уравниватель, стирают всяческие различия» (Маркс. К. Капитал. Т.1. С.126)

рассуждений могут служить подходы к рассмотрению денег, когда различным типам денег зачастую приписывалось особые качества и особая ценность, не зависящая от их количества. К. Поланьи называл это «целевыми деньгами», М. Дуглас – «первобытной купонной системой», а М. Вебер указывал на существование денег, которые могли использоваться только женщинами или только мужчинами, а также являлись исключительным правом определенного сословия.

Фундаментальным трудом, где были описаны различные аспекты понятия социальной множественности денег в зависимости от целей, является работа В. Зелизер. Ее подход к понятию социальной множественности денег и проблемы их целевого использования противостоит устоявшимся экономическим и социологическим взглядам на природу современных денег. Деньги не свободны от социальных ограничений, они подвергаются воздействию сетей социальных отношений и набору ценностей и норм. Таким образом, функционирование денег не сводится к совокупности обменных операций. Оно предполагает установление устойчивого взаимодействия между людьми, наличие сетей социальных связей, социальных отношений. Деньги являются не только отражением стоимости товаров, но и социальных отношений, их выражением (Дж. Ингхэм; К. Харт, Н. Додд, Дж. Смифин, Лейсон и Трифт, Дж. Андерсон). Социальные сети при этом служат каналами распространения информации, накопления взаимных обязательств и социального капитала, формирования социальных установок к деньгам. А внешние социальные условия определяют внутренние, сущностные черты денег как социального отношения. Важно отметить, что деньги не просто воплощают в себе социальные отношения, они сформированы ими<sup>5</sup>, и в тоже время они дифференцируют и сами социальные отношения<sup>6</sup>.

Данный подход характеризуется дистанцированностью от представления о деньгах как о чем-то однородном и универсальном, и представлением концепции социальной множественности денег, которая, по мнению В. Радаева, «включает как множественность самих денежных единиц, так и множественность способов их использования»<sup>7</sup>. При этом социальная множественность денежных единиц с точки

---

<sup>5</sup> «Деньги социально сконструированная категория, созданная социальными отношениями между денежными и другими экономическими агентствами в обществе. ... деньги – это социальные отношения» (Ingham, 1999. P.1). Аналогично высказывался и Дж. Смифин: «деньги – созданы социальными отношениями» (Smithin, 1999. P.33).

<sup>6</sup> «Мы используем различные формы оплаты, чтобы дифференцировать различные социальные отношения. ... Вы не даёте чаевые вашей жене; Вы не даёте подарок в виде денег полицейскому, потому что это можно было бы назвать взяткой» (Money's Worth, 1998).

<sup>7</sup> Экономическая социология [Текст]: учеб. пособие для вузов / В.В. Радаев; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. С.385.

зрения В. Зелизер рассматривается через анализ источника получения денег, их целевого назначения и того, кто ими пользуется. Однако понятие социальной множественности не может и не должно ограничиваться рассмотрением только данных трех аспектов, наряду с ними в анализ следует включать также и многообразие социальных установок к деньгам. Понятия социальной множественности денег и множественности социальных установок к деньгам дополняют друг друга. Точнее, в рамках анализа социальных установок к деньгам, аспект, предложенный В. Зелизер, получил свое дальнейшее развитие.

**Во второй главе** – «Методологические основы исследования социальных установок в отношении денег» дается определение социальных установок к деньгам и характеристика их внутренней структуры (познавательного, эмоционального и поведенческого элементов). Приводится обзор зарубежных методик измерения социальных установок в отношении денег, на основе которого дается обоснование выбранного инструмента исследования – «Шкалы монетарных представлений и поведения» А. Фернхэма. И в заключение рассматривается модель анализа связи социальных установок в отношении денег со стратегией финансового поведения.

**2.1. В первом параграфе** главы – «Определение понятия социальных установок в отношении денег и их структура» рассматриваются подходы к определению социальных установок в отношении денег. Отправной точкой послужило обращение к основам рассмотрения понятия «аттитюд», которое впервые было введено в 1918 г. социологами У. Томасом и Ф. Знанецким – «состояние сознания индивида относительно некоторой социальной ценности»<sup>8</sup>, переживание индивидом смысла этой ценности, социального объекта и значения, который регулирует отношение и поведение человека в связи с определенным объектом в определенных условиях. Здесь выведены на первый план важнейшие признаки социальной установки: социальный характер объектов, с которыми связаны отношение и поведение человека; осознанность отношения и поведения; эмоциональный компонент; а также регулятивная роль социальной установки. Последующей развернутой интерпретацией термина социальной установки является определение Г. Олпорта – «социальная установка есть состояние психонервной готовности, сложившееся на основе опыта и оказывающее направляющее и (или) динамическое влияние на реакции индивида относительно всех объектов или ситуаций, с которыми он связан»<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Thomas W., Znaniecki F. The polish peasant in Europe and America. – New York: Alfred A. Knopf, 1927. P.279

<sup>9</sup> Allport G.W. The Handbook of Social Psychology / Ed. by C. Murchison, C. Worcester. Clark University Press, 1935. P.810.

Все подходы к определению социальной установки, в общем, так и к деньгам в частности, были разделены нами на два подхода. Первый прослеживается в работах исследователей, интерпретирующих данное понятие как ценностное отношение к деньгам, выражающееся в готовности к положительной или отрицательной реакции на них (Г. Нэттл и Е.Хэвили; С. Бим; М. Фишбейн и И. Айзен; А. Игли и Ш. Чэйкен; Ж. Медина и др.; Дж. Олсон и Г. Мэйо; С. Оскамп). Следовательно, при анализе структуры социальных установок к деньгам дается анализ лишь одного или двух структурных элементов, а не всех трех, как это будет отмечено при рассмотрении второго подхода. С точки зрения С. Московичи<sup>10</sup> понятие множественности денег лишь маскирует, но не снимает их безличную, универсальную и отчуждающую сущность, первичную по отношению к разнообразию источников и целевых назначений денег. Деньги с позиции Д. Снэлдерса и соавторов принимают различные формы и имеют множество значений, однако на основании проведенного ими кросс-культурного исследования, полагают, что деньги используются единообразно и эффективно.

Второй подход акцентирует внимание на многогранности социальных установок, что было отмечено как в работах российских (О. Дейнека; А. Фенько; А. Капустин; В. Спасенников; М. Семенов), так и зарубежных исследователей (А. Фернхэм; В.Зелизер; К. Ямаучи и Д. Темпер; П. Вернимонт и С. Фитцпатрик; Т. Вайсман; Х. Голдберг и Р. Льюис; Т. Танг; Н. Форман; С. Лиан; С. Джиндэл; Дж. Робертс и И. Джоунс; Ч. Суф; М. Олисон).

Диссертационная работа основывается на втором подходе, интерпретируя социальные установки в отношении денег, во-первых, с позиции их множественности, а во-вторых, признавая наличие в их структуре трех элементов (эмоционального, поведенческого и когнитивного). Социальные установки к деньгам – состояние сознания индивида относительно денег как социального объекта, переживание их смысла и значения. Они включают в себя интенсивность позитивного или негативного эффекта по отношению к деньгам, выражающегося в предрасположенности, готовности к положительной или отрицательной реакции на них. Основываясь на опыте, социальные установки к деньгам оказывают направляющее или динамическое влияние на реакции индивида относительно денег, регулируя отношение и поведение человека в сфере финансов и ситуациях, предполагающих использование денег. Данный подход

---

<sup>10</sup> «Превратившись из простого механизма достижения цели в саму цель, деньги подменяют собой весь процесс мотивации. ... Являясь абсолютным средством, деньги становятся и абсолютной целью, лишая все другие цели их самостоятельной ценности и значимости» (Московичи С. Деньги как страсть и как представление // Московичи С. Машина, творящая богов. М., 1998. С.232).

предполагает наличие связи между социальными установками в отношении денег и стратегиями финансового поведения индивидов.

Подходы к анализу *структуры социальных установок к деньгам* условно были разделены на три группы. С позиции *первого* подхода акцент делается на анализе какого-либо одного из элементов структуры – когнитивные теории (когнитивный элемент), бихевиористские теории (поведенческий элемент), а также подходы авторов ставящих в центр эмоциональный компонент (С. Ключников, Дж. Готтенферч, М. Фипс). *Второй* подход характеризуется рассмотрением только каких-либо двух элементов структуры. Например, Р. Милтон анализировал только два элемента – аффективный и когнитивный. *Третий* характеризуется анализом более широкого спектра элементов социальной установки к деньгам. Например, А. Журавлев и А. Купрейченко при рассмотрении социальных установок к деньгам базируются на рассмотрении пяти их составляющих. Помимо трех основных аспектов (ценностного, эмоционального, поведенческого) они включают в рассмотрение еще два аспекта (социальные представления личности о роли денег в индивидуальной и общественной жизни; социальные представления личности о функции денег в своей жизни: субъективная оценка выраженности целей личности, на достижение которых направляются денежные средства).

В диссертации будем придерживаться *четвертого* подхода, в рамках которого структура социальных установок к деньгам анализируется как совокупность трех основных компонентов, которые взаимосвязаны между собой. Впервые подобный подход мультикомпонентного взгляда на структуру социальной установки был сформулирован М. Смитом в 1942 году, а также Д. Кречем и Р. Крачфилдом. Трехкомпонентная структура социальной установки включает в себя три элемента: когнитивный, аффективный и поведенческий. Следовательно, с позиции Смита социальная установка - осознание, оценка и поведение в отношении социального объекта. Подобный анализ трехкомпонентной структуры социальных установок можно отметить в работах как российских (О. Дейнека; С. Абрамова; М. Семенов) так и зарубежных исследователей (Г. Трэйндис; Р. Лэйн; Т. Танг; П. Гилберт; Дж. Олсон; Г. Мэйо; М. Бернард).

Основными элементами в рамках данного подхода являются: *познавательный* (когнитивный) указывающий, что отношение к деньгам основывается на совокупности знаний, мнений, убеждений, идей или представлений о деньгах как об оцениваемом объекте, т.е. это когниции, образованные в результате познания денег как социального



объекта<sup>11</sup>. Эмоциональный (аффективный) элемент – отношение к деньгам является направленным в том смысле, что оно отражает эмоционально-оценочное отношение к деньгам, позитивное или негативное. Аффективные реакции представляют собой различные эмоции, чувства и переживания, связанные с деньгами. Особое значение эмоциональной составляющей денег придавал Д. Крюгер<sup>12</sup>. Поведенческий (конативный) – отношение к деньгам динамично и представляет собой предрасположенность, тенденцию к определенному финансовому поведению, целенаправленные, последовательные действия по отношению к объекту, потенциальную готовность личности реализовать определенную стратегию финансового поведения. Этот элемент установки представлен не только непосредственным поведением, реальными, уже осуществленными действиями, но и интенциями. Поведенческие интенции могут включать в себя ожидания, стремления, замыслы, планы действий, при этом не все интенции могут найти свое воплощение в реальных действиях человека, в его финансовом поведении.

Дав общую характеристику компонентам важно отметить, что установка в целом выступает как суммарная оценка (оценочная реакция), включающая в себя все перечисленные элементы. Все рассмотренные элементы взаимосвязаны и представляют собой систему реакций, специфичную для каждой конкретной личности. Поэтому изменение одного компонента может вызвать изменение какого-либо другого. Так, например, изменение убеждений относительно некоего социального объекта может привести к изменению установки, а вслед за этим и к изменению поведения в отношении данного социального объекта.

**2.2. Во втором параграфе** главы – «Методы измерения социальных установок в отношении денег» рассматриваются основные инструменты исследования социальных установок к деньгам, и приводится обоснование выбора, одного из них который положен в основу диссертационного исследования. Отметим, что для реализации цели и задач, поставленных перед исследованием, в диссертации применялся опросник А. Фернхэма «Шкала монетарных представлений и поведения». Выбор данной методики исследования обусловлен несколькими причинами. Основными являются, во-первых,

---

<sup>11</sup> По мнению Дж. Мида реакция людей на внешний мир включает осмысление реальности в неких символах, причем, наиболее значимые из них, несущие социальную информацию, проявляются в социальном действии. Следовательно, рассматривая деньги как значимый символ, с позиции Мида, можно говорить о существовании определенной реакции на них, выражающейся в соответствующем социальном действии – финансовом поведении.

<sup>12</sup> «Деньги, возможно, наиболее эмоционально значимый объект повседневной жизни: только пища и секс являются скрытыми конкурентами передающими эти устойчивые и разнообразные ощущения, значения и стремления» (Krueger D.W. Money, success, and success phobia // Krueger D.W. (Ed.) The last taboo: Money as symbol and reality in psychotherapy and psychoanalysis: New York: Bruner/Mazel. 1986. P.3).

точность данных, как показал опыт предыдущих, в том числе и международных исследований – шкала устойчива. Во-вторых, он адаптирован для исследования социальных установок в России, по итогам которого факторная структура также была подтверждена. В-третьих, опросник А. Фернхэма, являясь многоаспектным инструментом для измерения социальных установок в отношении денег и поведенческих реакций, касающихся денег, в наибольшей степени дает возможность уйти от фрагментарного представления социальных установок. Это позволяет получить целостную картину, показывающую как внешнюю многогранность установок, их различные типы, так и внутреннюю структуру. В-четвертых, данный инструмент исследования является единственным из рассматриваемых здесь опросников, который позволит не просто более точно измерить социальные установки в отношении денег и описать их, но и установить их связь с финансовым поведением.

**2.3. В третьем параграфе** главы – «Моделирование связи между социальными установками в отношении денег и стратегиями финансового поведения индивидов» анализируется связь социальных установок к деньгам со стратегиями финансового поведения.

Здесь приводится операционализация понятия «стратегия», анализу которого посвящено несколько работ М. Анерсона, Ф. Беххофера, С. Кендрика и др. С позиции экономико-социологического подхода стратегия предполагает наличие цели и существование альтернативных путей ее реализации. Следовательно, стратегии можно определить как осознанный выбор способа достижения поставленной цели и задач.

Стратегия финансового поведения – использование денежных средств для достижения определенной цели, связанной с обеспечением жизнедеятельности индивида. Данный термин можно определить как деятельность индивида по поводу мобилизации и использования имеющихся в распоряжении денежных ресурсов с целью получения желательного результата. Финансовое поведение подразумевает использование имеющихся денежных ресурсов индивида на различные нужды: потребительские расходы (покупку товаров и услуг), оплату налогов и выплату по кредитам, сбережение на будущее, передачу в виде безвозмездной помощи и т.д. Специфика рассмотрения данного термина в диссертации связана с вопросом его социальной укорененности<sup>13</sup>. Это выражается в исследовании социальных оснований, в качестве которых выступают социальные установки в отношении денег, рассматриваемые во взаимосвязи со стратегиями финансового поведения.

Рассмотрение социальных установок в отношении денег как значений, которые люди придают им, позволяет нам, с позиции символического интеракционизма подчеркнуть их значимость при рассмотрении связи с финансовым поведением. Люди, прежде всего, действуют на основе значений, которые они придают предметам и событиям, чем просто реагируют на внешние стимулы – потребности организма. Причем значения, являются не столько фиксированными, сформулированными заранее, сколько в определенной степени создаются, модифицируются в интеракционных ситуациях. Подобно значениям, социальные установки хоть и имеют тенденцию к изменению, однако, в отличие от них они не создаются спонтанно в процессе интеракции. Их формирование, как впрочем, трансформация и изменение, это процесс, требующий время на осознание, оценку и формирование интенции к действию. Социальные установки к деньгам в отличие от значений, в понимании интеракционистов, воспроизводятся социальной структурой, являющейся, прежде всего продуктом социальных отношений. Данный подход является основополагающим для диссертации и его ключевым отличием от предыдущего является тот факт, что в данной работе измерение социальных установок строится с учетом их 3-х компонентной структуры, куда входит, в том числе и поведенческий компонент. Следовательно, если подходить к исследованию данного вопроса с позиции первого подхода, то анализ влияния социальных установок к деньгам, которые сформированы, с учетом поведенческого компонента, на финансовое поведение, становится некорректным. В рамках данного направления анализа социальных установок в отношении денег, на основе эмпирических данных была построена модель их связи на примере группы с высоким уровнем материального достатка. Указанный модельный подход позволил продемонстрировать, что в рамках одной доходной группы социальные установки к деньгам дифференцированы. А корреляционный анализ показал, насколько сильна связь между установками и стратегией финансового поведения. Следовательно, исследование финансового поведения сквозь призму социальных установок в отношении денег позволит получить детальную картину распределения стратегий. И именно построенная, таким образом модель, указывающая на наличие связи, между стратегиями финансового поведения и социальными установками в отношении денег будет положена в основу анализа данных приведенного в следующей главе.

---

<sup>13</sup> Подробнее об укорененности экономического действия в социальной структуре см.: Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. 2004. С. 131-158.

**В третьей главе** – «Исследование связи социальных установок в отношении денег и стратегии финансового поведения» дается общая характеристика социологического исследования, данные, полученные в ходе которого легли в основу эмпирической части диссертации. Основная часть главы посвящена анализу шести типов социальных установок в отношении денег и их связи со стратегиями финансового поведения.

**3.1. В первом параграфе** главы – «Общая характеристика исследования» приводится описание исследований, данные которых были использованы при написании диссертации. Дается характеристика выборочной совокупности как пилотажного исследования, проведенного в 2004 году в городе Перми, целью которого была – проверка инструментария исследования социальных установок в отношении денег. А также описывается выборка социологического опроса, проведенного в декабре 2006 – январе 2007г. также в городе Перми. Результаты данного исследования были положены в основу написания эмпирической части диссертации.

**3.2. Во втором параграфе** главы – «Анализ полученных результатов, их интерпретация и выводы» приводится описание основных типов социальных установок в отношении денег, их социально-демографическая характеристика и доминирующая стратегия финансового поведения.

Основными отличительными характеристиками социальных установок в отношении денег россиян в отличие от западных стран (в частности Великобритании) заключается в том что, именно в России доминирует отношение к деньгам как к объекту контроля, доминирующей характеристикой которого является консервативность в отношении финансового поведения, использования банковских инструментов и продуктов и т.п., что в первую очередь обусловлено спецификой политического устройства дореформенной России. В то время как в Великобритании доминирующим является фактор, описывающий деньги как элемент системы ценностей и мотиватор, представленные как фактор накопления, капитал, который в России представлен в меньшей степени, что также обусловлено спецификой политического развития страны.

*Деньги как объект контроля (доминирующая стратегия - страхование).*

В равной степени рассматриваемый тип представлен как среди мужчин, так и среди женщин, в основном среди людей старше 55 лет. По социальному статусу можно выделить три доминирующие группы – рабочие, служащие и пенсионеры, имеющие средний уровень материального положения. В качестве доминирующих характеристик финансового поведения можно отметить следующие: компетентность и точность в

вопросах личных финансов, стремление к экономии денег. Причем последняя характеристика ориентирована не только в отношении их самих, но затрагивает и их ближайшее социальное окружение, на котором это также находит свое выражение. Приведенные положения являются основанием низкого уровня спонтанных покупок и престижного потребления. Кроме того, отметим отсутствие повышения финансовой активности в период проведения маркетинговых мероприятий торговыми и сервисными предприятиями. Вовремя оплачиваемые регулярные платежи является следствием нежелания выделять деньги из семейного бюджета на оплату дополнительных комиссий, за их просрочку. Отсутствие стремления пользоваться банковскими продуктами они обосновывают сложностью контролирования финансовых операций осуществляемых с их помощью. Определенную роль в нелояльности данного типа к продуктам и услугам финансовых организаций сыграла их социализация. Они больше других типов высказываются положительно в отношении выражения о том, что относится к деньгам, так же как и их родители. Если учесть возрастной фактор рассматриваемого типа, то период их социализации проходил в условиях, когда доступные сейчас возможности финансового рынка отсутствовали. Доминирующей стратегией финансового поведения является страхование. Это обусловлено их ощущением, что это придает уверенности в способности самостоятельного выхода из сложной финансовой ситуации в случае ее возникновения. Сбережение денег на непредвиденный случай, покупка страхового полиса, затраты на лечение и инвестирование в пенсионный фонд придают им гарантию стабильности. Инвестирование денег в пенсионный фонд позволяет преодолеть неуверенность в способности государства обеспечить необходимый уровень жизни в старости, выжить в условиях нестабильной экономической ситуации, регулирование которой, с их точки зрения, неподвластно государству. Следовательно, деньги для них выступают гарантом независимости и самостоятельности в отношении материального положения.

*Деньги как достижение (доминирующие стратегии страхование и инвестирование).*

В равной степени представлен как среди мужчин, так и женщин. Доминирующей возрастной группой являются люди до 35 лет. Доминирующими группами по социальному статусу являются служащие и учащиеся/студенты и предприниматели, со средним уровнем финансового положения.

Деньги, вызывая у них положительные ассоциации, являются символом успеха, отражением их достижений. Данный факт определяет их активную стратегию достижения соответствующей награды за свой труд. Стремление к повышению уровня

материального достатка обусловлено тем, что именно это позволит им получить и высокий социальный статус, и одобрение социального окружения. При этом они выражают готовность работать в ситуации конкуренции с другими людьми. Описанные обстоятельства приводят к тому, что в структуре ценностных ориентаций – трудовые и инструментальные ценности выходят на первый план.

Двумя основными стратегиями финансового поведения является страхование и инвестирование. Откладывание денег на непредвиденный случай, или затраты на лечение, покупку страхового полиса или инвестирование в пенсионный фонд – отражает их страховую направленность финансового поведения. Инвестиционная направленность их стратегии, учитывая распределение по социальному статусу, в первую очередь подразумевает инвестирование в развитие бизнеса. Не менее значимое внимание с их стороны, в рамках инвестиционной стратегии, получают и вклады в банк на сберегательный счет под проценты, покупка акций и ценных бумаг, инвестирование в ПИФы или передача денег в доверительное управление. Доверие инвестиционным инструментам и стремление их использовать они обосновывают их высокой прибыльностью в долгосрочной перспективе. В случае накладываемых обстоятельствами временных ограничений они разместят деньги в банке. При высокой степени риска, они не будут отказываться от инвестирования, просто выберут инструмент позволяющий минимизировать риск, например, отдать предпочтение консервативным паевым инвестиционным фондам. Они сочетают в себе элемент инвестиционной направленности с более низким риском. При принятии окончательного решения относительно инвестирования они воспользуются услугами финансовых институтов, полагая, что их специалисты лучше знают, как правильно рисковать на финансовом рынке. Стремление же вкладывать деньги в банк они связывают со стабилизацией ситуации в банковской сфере и со снижением степени риска при вкладах за последние годы. Кроме того, средствам на сберегательном счете, учитывая их ориентированность на две стратегии, они придают двойственную функцию. С одной стороны это проявление инвестиционной стратегии, а с другой - страхования. Последнее обусловлено их намерением в случае сложной финансовой ситуации воспользоваться деньгами именно со сберегательного счета.

*Деньги как ценность (доминирующая стратегия - инвестирование).*

Данный тип по гендерному фактору существенно отличается от остальных преобладанием доли мужчин. Доминирующей возрастной группой являются люди в возрасте до 35 лет. В вопросе социального статуса большую роль сыграла возрастная специфика типа, где каждый третий является студентом / учащимся. Другими

значимыми группами, представленными здесь, являются служащие и рабочие. Уровень финансового положения рассматриваемого типа выше среднего.

Ярко выраженные положительные ассоциации, связанные с деньгами, высокая ценность, придавая деньгам и обеспеченной жизни, легли в основу их стремления к самостоятельному распоряжению личными доходами, в отличие от других типов. Высокая значимость денег в их жизни обусловлена также их уверенностью в том, что деньги являются критерием сравнения людей. Они полагают, что имеющиеся финансы являются показателем достигнутого социального статуса. Подчеркивая столь высокую ценность денег, они указывают на значимость занимаемой ими социальной позиции. В отличие от других, им не свойственно держать деньги для различных целей (оплаты счетов, покупок и сбережений) отдельно. Высокая ценность, придаваемая деньгам, приводит к объединению денег в некое единое целое, в не зависимости от внешних факторов.

Тревога и напряжение, возникающие, при обсуждении личных финансов явились причиной закрытости в перед ближайшим социальным окружением. Однако, это не накладывает отпечаток на когнитивную составляющую, поскольку именно они больше чем другие типы уверены в том, что думают о деньгах гораздо больше, чем окружающие их люди. Нежелание афишировать свои финансовые достижения, явились причинами того, что в действительности их финансовый статус выше, чем думает большинство их друзей. Косвенным тому подтверждением является то, что они чаще, чем другие отмечают, что могут позволить себе купить те вещи, которые хотят приобрести. Наиболее яркое выражение среди них получила стратегия инвестирования является наиболее значимой для них, речь идет как о возможности инвестирования в собственное дело, открытия сберегательного счета в банке, покупке акций так и о возможности вклада денег в паевые инвестиционные фонды, общие фонды доверительного управления. Перечисленные стратегии сопряжены с риском, на который они готовы пойти ради получения высокой прибыли.

*Деньги как недостаточность / несоответствие (доминирующая стратегия – заемно - долговое поведение).*

В равной степени данный тип представлен как среди мужчин так и женщин. В наименьшей степени данный тип представлен в возрастной группе 35-45 лет и людей старше 55 лет. Доминирующей группой по социальному статусу является служащие. Доля предпринимателей хоть и меньше, однако, в данном случае, по сравнению с другими типами она является наивысшей. Отличительным признаком данного типа является их наиболее высокий финансовый статус.

Отношение к деньгам как к недостаточности, несоответствию выражается в постоянном ощущении недостатка денег. Данный факт воспринимается ими как проявление опасения невозможности обладания такой суммой денег, которая была бы достаточной. Это обусловлено в определенной степени отсутствием навыков управления личными финансами. Их притязания всегда больше, чем они могут себе позволить и потому рождается несоответствие. Переживание несоответствия желаемого и реального статусов выражается в озабоченности своим финансовым поведением, неудовлетворенности имеющейся суммой денег, недооценке, занижению своего финансового положения. Психологическая составляющая ощущения того, что им постоянно недостаточно имеющейся суммы денег, является причиной наиболее высокого, среди всех типов, уровня заемного поведения. Цель займов и кредитов – приблизиться к той грани, за которой с их точки зрения денег будет достаточно. В результате выбранная ими стратегия заемно-долгового поведения привела к тому, что каждый десятый имеет достаточно существенные долги, при которых они ощущают себя достаточно стесненно.

Отметим, что они проявляют наименьшую компетентность в отношении личных финансов. Вполне вероятна ситуация покупки товаров за более высокую цену чем заплатили их знакомые. Более яркая выраженность готовности покупки предметов роскоши, и использование любой возможности побаловать себя приводят к финансовым затруднениям, вынуждающих их следовать указанной выше стратегии. В данной ситуации такие банковские продукты как кредитные карты получают большую популярность среди них.

*Деньги как средство получения власти (доминирующие стратегии – потребление и заемно-долговое поведение).*

По социально-демографическим характеристикам рассматриваемый тип представлен в основном женщинами, доля которых в данном случае представлена в наибольшей степени. Возрастные группы получили равномерное распределение. Доля людей с высшим уровнем образования в данном случае получила наибольшее выражение по сравнению с другими типами. Кроме того, это в основном люди с более высоким социальным статусом по сравнению с другими типами – руководители и служащие, имеющие средний и выше среднего уровни дохода.

Они полагают, что деньги дают им власть, позволяя оказывать воздействие на социальное окружение ради достижения личной цели. Деньги - возможность получить все, будь то материальная вещь представленная в качестве дорогого престижного предмета, или не материального – власти, превосходства. Приобретая модные вещи,



прежде всего, они стремятся произвести впечатление на окружающих. Статусное потребление позволяет не только завоевать власть, но и продемонстрировать ее перед окружающими. Отметим, что, совершая покупки, они приобретают нечто большее, чем просто товар или услугу, они приобретают их символическую ценность. Так при покупке дорогого товара, они в наибольшей степени уверены в том, что приобретают не просто машину, а еще и определенный статус в обществе. Они отмечают, что иногда «покупают» дружбу, бывая очень щедрыми с теми, кому хотят понравиться. Более того, обладание большими суммами денег дает им чувство превосходства над другими. Они более открыты в плане демонстрации своих финансовых достижений, что также позволяет придать солидность имеющимся финансам перед окружающими. Отметим, что рассматриваемое престижное потребление, на которое они тратят основную долю доходов, позволяя завуалировать их недостаточно высокий финансовый статус, в тоже время приводит к финансовым затруднениям, вынуждающих их занимать деньги.

Важной особенностью данного типа в отличие от других является то, что их социальное окружение преимущественно люди, более обеспеченные, чем они. Общаясь с ними, они стремятся тем самым приблизиться к более высокому социальному классу и соответственно власти. Кроме того, необходимо учитывать их точку зрения на то, что материальное богатство – лучший индикатор власти в современном обществе. В качестве богатыми люди становятся не столько потому, что они все знают, имеют высокий уровень образования, много работают, стремясь все успеть, проявляют жесткость и настойчивость, сколько обладание связями. Налаживая отношения с более обеспеченными людьми, они тем самым приближаются к власти, деньгам и возможностям, которые они перед ними открывают. В большей степени, чем другие, они уверены в том, что именно связи решают многое, особенно в финансовых вопросах.

*Деньги как предмет сохранения (доминирующая стратегия - сбережение).*

В большей степени данный тип выражен среди женщин и чуть меньше среди мужчин. Доминирующей возрастной группой являются люди среднего возраста 25-45 лет. В основном это рабочие и специалисты, а в наименьшей степени представлены служащие. Представители рассматриваемого типа относятся в основном к группе со средним уровнем дохода.

Доминирующей стратегией финансового поведения является сбережение. И по таким составляющим указанного типа как покупка драгоценностей, золота, ювелирных изделий, антиквариата или же сбережения с целью накопления на покупку более дорогостоящих приобретений (квартира, автомобиль, дом и т.п.), они лидируют, по

сравнению с другими типами. Стремление к сбережению денег, желание обладать большей суммой обусловлено, их ощущением себя хуже тех, кто имеет больше денег, чем они. Они уверены, что наличие денег дает возможность решить все их проблемы, деньги – это единственное на что можно рассчитывать. Кроме того, они выражают неуверенность в своем будущем, в том, что смогут заработать, смогут сохранить достигнутый уровень жизни. Отсутствие денег делает их беззащитными, возникает чувство вины перед самим собой, перед своим будущим. Они в большей степени по сравнению с другими предпочитают откладывать деньги, считая, что в любой момент может что-то случиться, и им потребуются деньги. А наличие денег уменьшает не только их беспокойство и зависимость от других людей, но и увеличивает их безопасность. Сберегательная стратегия рассматриваемого типа скорее пассивная, т.е. более вероятно, что они будут экономить уже имеющиеся деньги, нежели действовать активно – нацелившись на получение большей суммы денег, которая позволит сберечь денег больше, чем они могут себе позволить при нынешнем уровне дохода. Они не готовы проявлять активную позицию, сделав все возможное, в рамках закона, только бы были деньги. И даже несмотря на их понимание того, что с их точки зрения основной преградой на пути сбережения денег является их низкий уровень дохода, они все же не готовы проявить инициативу ради достижения более высокого уровня дохода, решив данный вопрос.

#### **Основные выводы:**

В заключении диссертации приводятся основные выводы:

- На основе теории множественности денег В. Зелизер, который в диссертации получил свое дальнейшее научное развитие, был описан подход к исследованию социальных установок к деньгам, показывающий их множественность.
- Социальные установки в отношении денег были определены как состояние сознания индивида относительно денег как социального объекта, переживание их смысла и значения. Они включают в себя интенсивность позитивного или негативного эффекта по отношению к деньгам, выражающегося в предрасположенности, готовности к положительной или отрицательной реакции на них. Основываясь на опыте, социальные установки к деньгам оказывают направляющее или динамическое влияние на реакции индивида относительно денег, регулируя отношение и поведение человека в сфере финансов и ситуациях предполагающих использование денег. Структура социальных установок в

отношении денег представлена совокупностью трех взаимосвязанных компонентов: когнитивный, аффективный и поведенческий.

- Проведенное диссертационное исследование позволило, во-первых, классифицировать социальные установки на типы: деньги как средство получения власти; деньги как предмет сохранения; деньги как ценность; деньги как объект контроля; деньги как достижение; деньги как недостаточность (несоответствие). Во-вторых, на основе модельного подхода установлена связь между типами социальных установок в отношении денег и стратегиями финансового поведения индивидов. Таким образом, между априорными моделями стратегий финансового поведения и социальных установок в отношении денег, подтвержденным в ходе проведенного исследования, была выявлена связь.

#### **Список публикаций по теме диссертации:**

#### ***Работа, опубликованная автором в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ***

1. Аникаева Е.А. Исследование связи социальных установок в отношении денег со стратегиями финансового поведения // Государственная служба. 2008. №3 (0,5 п.л.).

#### ***Другие работы, опубликованные автором по теме диссертации***

2. Аникаева Е.А. Надежность и достоверность измерений социальных установок к деньгам // Сборник статей аспирантов факультетов прикладной политологии и социологии ГУ ВШЭ, - М., 2007 (0,5 п.л.).
3. Аникаева Е.А. Социальные установки россиян в отношении денег и определяющие их факторы // Социологические этюды: сборник статей аспирантов / Под общ. ред. М.К. Горшкова. Сост.: Т.Н. Короткова, Л.А. Окольская. М.: ООО «Вариант» – Институт социологии РАН, - М., 2006. С.221-241 (1,1 п.л.).
4. Аникаева Е.А. Социальные установки в отношении денег: определение и типы // Политика и общество. Методы управления, влияния, познания. Сборник статей аспирантов факультетов прикладной политологии и социологии ГУ ВШЭ, - М., 2006. С.289-300 (0,7 п.л.).

Лицензия ЛР № 020832 от 15 октября 1993 г.  
Подписано в печать ... августа 2008 г. Формат 60x84/16  
Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 1,4.  
Тираж 100 экз. Заказ № \_\_\_\_\_

Типография издательства ГУ-ВШЭ  
125319, г. Москва, Кочновский пр-д, д. 3