
С РАБОЧЕГО СТОЛА СОЦИОЛОГА

FROM THE WORKING TABLE OF A SOCIOLOGIST

УДК 316.334.2

МОНЕТАРНОЕ МЫШЛЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

О. Н. ГАВРИЛИК^{1), 2)}

¹⁾Гродненский государственный университет им. Янки Купалы, ул. Ожешко, 22, 230023, г. Гродно, Беларусь

²⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Необходимость изучения монетарного мышления населения обусловлена как процессами реформирования экономической сферы, так и трансформацией общественного сознания. Представлены результаты комплексного исследования особенностей монетарного мышления населения Республики Беларусь, проводившегося с июля 2016 г. по март 2017 г. Применялись качественные и количественные методы исследования: глубинное интервью, экспертный опрос и анкетирование. Полученные данные дополнены опытом белорусских ученых. Прослежена динамика ценностей населения на основе сравнения результатов анкетного опроса (2017) и Европейского исследования ценностей (2008–2009). Выявлены представления населения о деньгах как предмете социальных отношений, преобладающий тип экономического поведения, отношение к предпринимателям и финансовым институтам. Установлены различия в монетарном мышлении различных категорий населения.

Ключевые слова: монетарное мышление; деньги; тип экономического поведения; доверие финансовым институтам; предпринимательство.

Образец цитирования:

Гаврилик О. Н. Монетарное мышление населения Республики Беларусь // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. 2017. № 2. С. 95–102.

For citation:

Haurlyk A. N. Monetary thinking of the population of the Republic of Belarus. *J. Belarus. State Univ. Sociol.* 2017. No. 2. P. 95–102 (in Russ.).

Автор:

Оксана Николаевна Гаврилик – преподаватель кафедры социологии и специальных социологических дисциплин факультета истории, коммуникации и туризма¹⁾; аспирантка кафедры социологии факультета философии и социальных наук²⁾. Научный руководитель – кандидат философских наук, доцент Л. В. Филинская.

Author:

Aksana Haurlyk, lecturer at the department of sociology and special sociological disciplines, faculty of history, communication and tourism^a; postgraduate student at the department of sociology, faculty of philosophy and social science^b.
gavrilik.oksana@yandex.ru

MONETARY THINKING OF THE POPULATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS

A. N. HAURYLIK^{a, b}

^aYanka Kupala State University of Grodno, Azheshka Street, 22, 230023, Grodno, Belarus

^bBelarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

The need to study monetary thinking of the population is caused both by process of reforming the economic sphere, and the transformation of public consciousness. The article presents the results of complex research of features of monetary thinking of the population of Republic of Belarus, which was conducted between July 2016 to March 2017 with application of qualitative and quantitative research methods: deep interview, expert survey and questionnaires. The data obtained are supplemented by the information contained in the works of the Belarusian scientists, as well, the dynamics of the population of values based on a comparison of the results of a questionnaire survey, conducted in 2017, and the European Values Study, conducted in 2008–2009. Public perceptions were revealed about the money as a subject of social relations; predominant type of economic behaviour; attitude to entrepreneurs and financial institutions. It was also established differences in monetary thinking of different categories of population.

Key words: monetary thinking; money; type of economic behaviour; trust to financial institutions; business.

Монетарное мышление – неотъемлемый компонент системы денежных отношений, определяющий характер монетарного поведения субъекта. Важным условием успешности реформирования белорусской экономики выступает готовность населения принять новые модели поведения через осознание их значимости. Несмотря на актуальность изучения монетарного мышления, данная категория встречается в научной литературе крайне редко. Это обусловило необходимость в формулировании и раскрытии содержания понятия «монетарное мышление». В основе авторского подхода к его определению лежит подход Г. Н. Соколовой к определению экономического мышления. Данная категория включает в себя взгляды и представления, порожденные практическим опытом людей, их участием в экономической деятельности, связями в повседневной хозяйственной жизни [1, с. 201]. Исходя из этого, монетарное мышление мы определяем как систему представлений, сформировавшихся у индивида в результате участия в денежных отношениях. При этом монетарное мышление включает в себя следующие компоненты:

- 1) отношение индивида к деньгам как объекту социальной действительности;
- 2) место денег в системе жизненных ценностей;
- 3) удовлетворенность индивида своим уровнем дохода и готовность изменить свое материальное положение;
- 4) ориентацию на реализацию определенного типа экономического поведения, готовность к рискам в экономической деятельности, отношение к предпринимателям;
- 5) представления о возможных источниках дохода, способах получения денег, необходимых личностных качествах и условиях достижения материального благополучия;
- 6) установки в отношении распределения личных финансов, представления о достойных тратах, щедрости и бережливости;

7) представления о социально-экономической справедливости, богатстве и бедности и их причинах;

8) доверие денежным единицам, монетарной политике государства, финансовым институтам;

9) оценку финансово-экономической ситуации в стране и мире.

Следует отметить, что эмпирических данных по республике, касающихся пользования населением финансовыми инструментами, их знаний и представлений о финансово-экономической системе, недостаточно. Информация о монетарном поведении населения содержится в официальных отчетах Национального банка Республики Беларусь, результатах социологических исследований финансовой грамотности населения. Отдельные сведения, касающиеся монетарного мышления, можно обнаружить в работах белорусских ученых (И. А. Андрос, С. Т. Кавецкого, В. В. Кириенко, А. М. Сидоровой, Е. В. Скакуна). Однако отсутствие комплексных исследований монетарного мышления населения Республики Беларусь делает эту проблему крайне актуальной.

С июля 2016 г. по март 2017 г. нами было проведено комплексное исследование особенностей монетарного мышления населения Республики Беларусь путем сочетания качественной и количественной методологии. Соответственно, были использованы три метода исследования: глубинное интервью, экспертный и анкетный опрос. Обращение к качественной методологии позволило выявить представления о деньгах как о важнейшем элементе не только хозяйственных, но и социальных отношений, определить глубинные основания монетарного поведения населения. С помощью количественного метода была получена целостная картина о монетарном мышлении населения Республики Беларусь. Оценки экспертов дополнили субъективные мнения респондентов, позволили определить причинные факторы монетарного

поведения населения, разработать рекомендации в этом направлении.

В ходе интервьюирования было опрошено 30 человек, представляющих различные социальные категории. Структуризация генеральной совокупности и выделение социальных групп в эмпирическом исследовании осуществлялись на основе методологического подхода П. Бурдьё к определению класса как совокупности агентов, «занимающих сходную позицию, которые, будучи помещены в сходные условия и подчинены сходным обстоятельствам, имеют все шансы обладать сходными диспозициями и интересами и, следовательно, производить сходные практики и занимать сходные позиции» [6, с. 17]. Классы могут не существовать как реальные группы, но представители одного класса имеют схожие позиции, обусловленные объективным социальным положением. В авторском эмпирическом исследовании критерием выделения подобных классов или социальных групп является источник дохода субъекта. Таким образом, нами выделены шесть социальных групп:

- 1) студенты;
- 2) работники бюджетных организаций;
- 3) работники частных организаций;
- 4) предприниматели;
- 5) неработающие;
- 6) пенсионеры.

Выдвинута гипотеза о том, что источник дохода субъекта, подразумевающий способ получения дохода, систему мотивации, финансовое и социальное положение субъекта, влияет на его монетарное мышление. Разграничение работников бюджетных и частных организаций основывается на предположении о том, что в частных организациях заработная плата работников в большей степени зависит от эффективности работы отдельных лиц, их мотивации и инициативности.

В результате экспертного опроса было собрано 10 интервью со специалистами Национального банка Республики Беларусь, руководителями структурных подразделений коммерческих банков, экспертами по вопросам экономического развития государства. Проведен анкетный опрос жителей всех областей Беларуси (выборка составила 1000 человек). По Брестской области было опрошено 147 чел., по Витебской – 126, по Гомельской – 146, по Гродненской – 110, по Могилёвской – 112 чел., по г. Минску и Минской области – 359. Респонденты в возрасте от 18 до 29 лет составили 21 %, от 30 до 44 – 27 %, от 45 до 59 – 27 %, от 60 лет и старше – 25 %.

Обратимся к результатам исследования. Оказалось, что для населения республики деньги – это прежде всего возможности (так ответили 58,7 % респондентов), а потом уже свобода (11 %), социальный статус (10 %), безопасность (8,3 %), самоуваже-

ние (4,2 %), власть (3,5 %), добро (2,4 %), зло (1,8 %). Положительные функции денег респонденты видят в том, что они являются средством достижения целей, осуществления покупок, возможностью обеспечить себе и близким комфортное существование и ни в чем не нуждаться; заработанные своим трудом деньги стимулируют работоспособность, инициативность. Отрицательные функции денег, по мнению респондентов, заключаются в том, что материальные блага становятся легкодоступными, деньги развращают людей, подменяют моральные ценности, порождают алчность, эгоизм, ограничивают мышление, являются причиной конфликтов, могут приводить к криминальному, разгульному образу жизни, разрушению семьи, распущенности золотой молодежи. Примечательны следующие ответы респондентов: *Деньги – это главная проблема, то, за что все воюют*¹; *Деньги – зло, корысть, зависть; Людей могут унижать и ни во что не ставить, если у них нет денег.*

Часто респонденты не согласны с мнением о том, что все измеряется деньгами. С утверждением: *Нет ничего ценнее денег* не согласно 94 % населения республики, с утверждением: *Даже плохой поступок можно оправдать за деньги* – 87 % респондентов. Однако встречаются высказывания: *Почти все; В наше время – да, раньше было не так; В современном мире практически все измеряется деньгами; Люди все измеряют деньгами и везде ищут выгоду.* То есть существует представление о прошлом, в котором деньги не играли такой большой роли и не могли заменить человеческие отношения. Исследователи отмечают, что постсоветские общества охватил денежный фетишизм, деньги переместились на вершину ценностной иерархии, стоимость возобладала над ценностью [3, с. 475]. В противовес появились антирыночные настроения. Как пишет Э. Хобсбаум, «ностальгия россиян по СССР – это ностальгия по стране, в которой деньги и прибыль не были главными» [4, с. 34].

Широко распространено мнение о том, что деньги разрушают взаимоотношения с близкими людьми (так считают 48,7 % опрошенных). Речь идет о низком уровне заработной платы и легкой прибыли. При этом 32,8 % респондентов считают, что с помощью денег можно уладить конфликт, наладить хорошие взаимоотношения с людьми.

Для изучения динамики ценностей населения было проведено сравнение результатов Европейского исследования ценностей, проводившегося в Республике Беларусь в 2008–2009 гг., с данными анкетного опроса начала 2017 г. Выявлено, что иерархия ценностей жителей республики за данный промежуток времени не изменилась. На первом месте стоит семья: очень важна для 90,4 % респондентов, скорее важна для 8,4 %; в 2009 г. семья

¹Здесь и далее ответы респондентов даны курсивом. – О. Г.

была очень важна для 81,1 % и скорее важна для 16,9 % ответивших. На втором месте находится работа: 56,1/37,5 % и 52,9/35,5 % соответственно. На третьем месте – друзья и знакомые: 29,2/53,2 % и 32/55,3 % соответственно. Меньшее значение имеют досуг (важен для 74,7 % респондентов в 2017 г. и 77,7 % в 2009 г.) и религия (53 и 55,3 % соответственно), на последнем месте – политика (42,2 и 38 % соответственно). Таким образом, наблюдается снижение значимости работы, друзей, досуга, религии и возрастает роль семьи и политики в жизни населения.

Отмечены противоположные мнения относительно того, является ли высокий уровень дохода залогом счастливой жизни. Так, 4,4 % населения считает, что деньги являются главным условием счастливой жизни, 33,2 % респондентов согласны с тем, что деньги – это одна из ее составляющих. Так считают 45 % предпринимателей, 35,7 % работников частных организаций, 35,5 % студентов, 31,3 % пенсионеров, 31 % работников бюджетных организаций. Материальный достаток важен, но не является важным условием счастливой жизни для половины опрошенных. 11 % ответивших считают: *Чтобы быть счастливым, не нужно иметь высокий уровень дохода*. В большей степени такого мнения придерживаются пенсионеры (18,4 %), неработающие (14 %), работники бюджетных организаций (11,4 %), в меньшей степени – предприниматели (5 %), работники частных организаций (7,1 %) и студенты (8,5 %). Представленные данные подтверждают выдвинутую нами гипотезу о влиянии габитуса, обусловленного принадлежностью индивида к определенному социальному классу (в нашем случае основанием разделения на классы выступает источник дохода), на формирование представлений о важности денег и их роли в системе социальных отношений.

Средняя оценка удовлетворенности населения республики своим нынешним уровнем дохода по 10-балльной шкале составляет 4,8 балла. Среди пенсионеров данная оценка снижена до 4,4 балла, среди работников бюджетных организаций и неработающих граждан она составляет 4,6 балла. Наиболее высокая оценка – среди предпринимателей (5,8 балла).

Данные анкетного опроса показывают, что наиболее популярными стратегиями поведения населения в ситуации недостатка денег являются:

- 1) сокращение потребления, экономия (на это указали 77 % опрошенных);
- 2) использование сбережений (32,5 %);
- 3) поиск дополнительного заработка (26,8 %);
- 4) обращение за помощью к родственникам, друзьям, знакомым (22,8 %);
- 5) кредитование в банке (7 %);

6) попытка начать свое дело (3,5 %);

7) изымание необходимых сумм из своего бизнеса (1,9 %);

8) распродажа имущества (1,7 %)¹.

Тот факт, что экономия, использование сбережений и обращение за помощью к родственникам и друзьям являются доминирующими стратегиями в указанной ситуации, подтверждается и республиканским исследованием финансовой грамотности населения [5].

В ходе анкетного опроса 45,2 % респондентов указали на то, что придерживаются рыночного типа экономического поведения (стремление к максимизации дохода с приложением максимума усилий). Реализуют дорыночный тип экономического поведения (гарантированный доход ценой минимума затрат) 20,5 % респондентов, псевдорыночный тип (высокий доход ценой минимума затрат) – 13,2 % опрошенных. На данный вопрос затруднились ответить 21,1 % участвующих в исследовании. Несмотря на то что почти 50 % респондентов считают себя приверженцами рыночного типа экономического поведения, вряд ли можно с уверенностью сказать, что это действительно так, учитывая их доминирующие стратегии в случае нехватки денег и другие показатели экономического поведения.

Согласно данным опроса, проводившегося в 2003 г., жители Беларуси достаточно низко оценивают наличие у себя таких качеств, которые непосредственно связаны с рыночным типом экономического поведения, а именно: соревновательность, предприимчивость, расчетливость, стремление к личной свободе, независимость [6, с. 124]. Исследования экономической ментальности показывают, что для белорусов характерны: большая дистанция власти; низкий индивидуализм; сочетание рациональности с потребностью в эмоциональных контактах; избегание неопределенности; низкая готовность к рискам и нововведениям, что непосредственно отражается на уровне предпринимательской инициативы; патернализм. Данные особенности экономической ментальности объясняют, почему проводимые в стране рыночные реформы не всегда приводят к желаемому результату [7].

Рассмотрим подробнее, какого типа экономического поведения придерживаются представители различных социальных категорий. Дорыночного типа экономического поведения в большей степени придерживаются пенсионеры (так ответили 25 % опрошенных данной категории), работники бюджетных организаций (22,8 %). И, как ни странно, такой тип поведения реализуют 23,3 % опрошенных предпринимателей. Для них же характерен и псевдорыночный тип экономического поведения (21,7 %), как и для студентов (19,6 %) и работников частных организаций (18,2 %). Представители

¹Респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа. – О. Г.

последних двух категорий в меньшей степени реализуют дорыночный тип экономического поведения (13 и 15,5 % соответственно) и в большей степени – рыночный (53,3 и 51,5 % соответственно). Таким образом, экономическое поведение студентов и работников частных организаций в большей мере отвечает требованиям рыночной экономики. И несмотря на то что именно предприниматели должны быть носителями рыночного типа экономического поведения, таковыми являются только 46,6 % опрошенных.

Среди объективных факторов экономического поведения населения участники экспертного опроса называют уровень заработной платы, безработицу, степень развитости финансового рынка. Среди субъективных факторов упоминаются незнание законодательства, требований банка, своих возможностей. Если иностранные граждане приходят в банк и требуют оказать необходимую им услугу, то жители Беларуси в этом плане более неуверенные, ненастойчивые. Как отмечается в монографии В. В. Кириенко, «трудно найти на свете человека менее требовательного, чем белорус» [6, с. 101]. Также можно отметить низкий уровень финансовой грамотности населения, отсутствие базовых знаний по ведению домашней бухгалтерии, организации своего дела. У старшего поколения сохранились негативные стереотипы, сложившиеся вследствие неудачного опыта участия в финансовых пирамидах, а также обесценивания вкладов в результате инфляции в 1990-е гг. Наблюдается негативное отношение к тем людям, которые зарабатывают больше, чем представители среднего звена. В то же время далеко не все готовы самостоятельно принимать решения и предпринимать какие-либо действия по улучшению своего материального положения, а ответственность за свои поступки склонны перекладывать на других.

Согласно данным анкетного опроса средняя готовность населения республики к предпринимательским рискам по 10-балльной шкале оценивается в 4,8 балла. Данная оценка ниже всего у пенсионеров (3,2 балла) и работников бюджетных организаций (4,5 балла). Свою готовность к рискам сами предприниматели в среднем оценили в 6,7 балла. Эксперты отмечают, что предпринимателями могут быть немногие люди, примерно 10 % населения. Те, кто попытался заниматься предпринимательской деятельностью и потерпел неудачу, испытывают разочарование, поэтому у них формируется негативное отношение к бизнесу.

В ходе исследования участникам анкетного опроса было предложено охарактеризовать предпринимателей. Согласно представлениям респондентов данной категории хозяйствующих субъектов присущи такие качества, как целеустремленность (ответили, что присущи, 77,1 % респонден-

тов, что скорее присущи – 21,1 %), сообразительность (71,5 и 27,2 % соответственно), хваткость (67,6 и 29,1 %), трудолюбие (65,5 и 31,6 %), склонность к риску (50,4 и 40,8 %). Видно, что склонность к риску не является наиболее выразительной чертой предпринимателей, хотя выступает неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. Учитывая их оценку собственной готовности к предпринимательским рискам (6,7 балла), а также реализуемый ими тип экономического поведения, можно сделать вывод о том, что белорусские предприниматели не столь предприимчивы и не всегда готовы действовать в соответствии с правилами рыночной экономики. Вполне вероятно, что это является одной из причин (причем субъективного характера) трудностей в развитии предпринимательства в Республике Беларусь.

Согласно данным анкетного опроса к представителям крупного бизнеса в той или иной степени положительно относятся 85,3 % респондентов, к представителям среднего бизнеса – 91,1 %, представителям малого бизнеса – 89,7 %, индивидуальным предпринимателям – 89,3 % опрошенных. Следует отметить, что хуже всего к предпринимателям относятся пенсионеры: если в среднем негативную оценку высказывают 14,6 % респондентов по отношению к крупному бизнесу и 10,7 % – по отношению к индивидуальным предпринимателям, то среди пенсионеров данный показатель возрастает до 21,3 и 17 % соответственно. Лучшее отношение к предпринимателям относятся студенты, работники частных организаций и, конечно, сами представители данной формы деятельности.

Как отмечают С. Т. Кавецкий и Е. В. Скакун, одним из сдерживающих факторов развития предпринимательства в стране выступает настороженное отношение людей к частной собственности и предпринимателям, что является особенностью постсоветского менталитета [8, с. 125]. Причину неоднозначного отношения населения к негосударственному сектору экономики и предпринимателям В. В. Кириенко видит в глубинных социокультурных основаниях. Дело в том, что менталитет восточных славян трактует понятие «негосударственная экономика» как экономику, противопоставленную государству, что часто вызывает негативные эмоции. Категория «частный предприниматель» вызывает недоверие, так как в сознании восточных славян часть не может выполнять функции целого, соответственно, понятие «частник» несет в себе негативную эмоциональную нагрузку. Что касается категории «индивидуальный предприниматель», то индивидуализм определяется белорусами как одна из самых отрицательных характеристик, поэтому и наблюдается психологическое неприятие людей, представляющих этот социальный слой [6, с. 148].

Эксперты считают, что созданию положительного образа предпринимателя в глазах населения могут поспособствовать следующие факторы. С одной стороны, государство должно поднимать авторитет предпринимателей, подчеркивать, делать прозрачной информацию об их вкладе в национальную копилку. С другой стороны, сами предприниматели должны формировать положительный имидж, осуществлять связи с общественностью, заниматься благотворительностью и т. п. Вместе с тем специалисты отмечают, что у части населения будет сложно изменить негативное отношение к предпринимателям, потому что оно обусловлено ментальностью, которая очень медленно трансформируется. Также отрицательным фактором выступает большой разрыв в уровне доходов населения. Данные анкетного опроса подтверждают тот факт, что, чем выше уровень благосостояния респондента, тем лучше он относится к представителям бизнеса. Поэтому повышение уровня доходов населения могло бы способствовать позитивному отношению к предпринимателям.

Исследование показало, что для большинства населения в трудовой деятельности важны прежде всего достойная заработная плата, стабильность заработка, а потом уже хороший коллектив, интерес к выполняемой работе, реализация своего потенциала, условия труда. На первый план выходит вопрос не о постматериалистических ценностях (Р. Инглхарт), а о вполне материальных, денежных. Это подтверждают результаты анкетного опроса. Респондентам предлагалось отметить те характеристики работы, которые они считали важными (можно было выбрать несколько вариантов ответа). Набор из 17 характеристик был заимствован из инструментария Европейского исследования ценностей, проведенного в Республике Беларусь в 2008–2009 гг., что позволило проследить динамику трудовых ценностей населения. Представленные характеристики распределились в следующем порядке по убыванию их значимости для респондентов: высокая зарплата (отметили 73,7 % респондентов в 2017 г. и 92,8 % в 2009 г.), хороший коллектив (68,7 и 78,7 % соответственно), интересная работа (61,3 и 72,1 %), удобный график (40,1 и 61,9 %), гарантия не потерять работу (39 и 56 %), работа, на которой возможно чего-то достичь (32,7 и 52 %), работа, которая не ущемляет интересов семьи (31,6 и 54,8 %), равное отношение ко всем на рабочем месте (26,6 и 50,5 %), работа, которая соответствует способностям (27 и 54,6 %), приобретение навыков (24,9 % и 39,9 %), общение с людьми (24,4 % и 50,4 %), возможность проявить инициативу (22,6 и 38,3 %), продолжительный отпуск (18,2 и 47,9 %), полезная для общества деятельность (18 и 35,9 %), право голоса при приня-

тии важных решений (15,9 и 33,4 %), отсутствие жесткого контроля (13,9 и 30,5 %), ответственная работа (13,7 и 30,1 %). Как видим, иерархия трудовых ценностей во многом осталась прежней, за исключением повышения значимости карьерного роста, равного отношения к сотрудникам, приобретения навыков, возможности проявить инициативу и уменьшения значимости соответствия работы интересам семьи, способностям личности, возможности общения и предоставления продолжительного отпуска.

В ходе анкетирования респондентам предлагалось оценить, в какой степени важны различные факторы для того, чтобы «делать деньги». Опрос показал, что в той или иной степени важны: «мозги», талант, способности (так ответили 96,7 % опрошенных), трудолюбие, усердие (94,7 %), желание, амбиции (88 %), терпение, бережливость (85,7 %), связи, друзья (81,8 %), везение, удача (81,1 %), образование (78 %), риск, авантюра (61 %), нечестность, непорядочность (15,2 %), жадность, скупость (13,3 %). Можно наблюдать, какое сравнительно низкое место занимает фактор образования, а также фактор риска как важного условия приращения дохода.

Монетарное мышление населения ориентировано на бережливость, экономное расходование средств. Так, на вопрос: *Какие качества важнее воспитывать в детях – щедрость или бережливость?* респонденты отвечали, что необходимо воспитывать в первую очередь бережливость или оба эти качества. Только двое из 30 опрошенных однозначно указали на щедрость. Это связано с тем, что в современной европейской культуре щедрость воспринимается как неразумное использование средств, мотовство.

Также в монетарном мышлении населения присутствует понятие справедливости. Под социально-экономической справедливостью чаще понимается отсутствие расслоения общества на бедных и богатых, а также принцип получения дохода в соответствии с затраченными усилиями.

Важным компонентом монетарного мышления, определяющим поведение субъекта в финансовой сфере, является доверие финансовым институтам, в частности банкам. Согласно данным анкетного опроса полностью доверяет банкам, действующим в Республике Беларусь, 6,3 % населения, скорее доверяет 41 %. Скорее не доверяют банкам 28,6 % респондентов, полностью не доверяют 10,1 %. Затруднились ответить на данный вопрос 14 % участников исследования. Таким образом, банки республики пользуются доверием примерно у половины населения. Негативный опыт получения банковских услуг имеется у 28,4 % опрошенных.

Кроме того, респондентам было предложено охарактеризовать репутацию белорусской банковской системы. Треть из них затруднились дать

ответ. Остальные мнения распределились следующим образом. Наиболее популярно представление о банках как о замкнутой системе самообогащения узкого круга финансистов (такой вариант выбрали 27 % респондентов). Часть населения видит в банках важный инструмент стимулирования развития экономики страны (19,3 %), престижный и доходный вид бизнеса (14,3 %), важный инструмент охраны и приумножения денежных сбережений граждан (12,9 %), гарант финансовой стабильности в стране (11,2 %), источник благотворительности (2,6 %). Эти данные в определенной степени объясняют низкий уровень пользования населением банковскими услугами.

Что касается доверия денежно-кредитной политике государства, то здесь присутствуют различные оценки. Полностью ей доверяют 3,1 % опрошенных, скорее доверяют 28 %, скорее не доверяют 34,1 %, полностью не доверяют 12,7 %, затруднились ответить 21,8 % респондентов. Таким образом, около трети жителей Республики Беларусь доверяют денежно-кредитной политике государства. В то же время эксперты оценивают ее положительно. Отмечается сокращение денежной массы, снижение процентных ставок, инфляции, стабилизация валютных курсов, переход к электронным деньгам. По мнению экспертов, доверие к денежно-кредитной политике государства со стороны населения возрастает.

Респонденты оценивают экономическую ситуацию в мире как нестабильную, указывают на неравное экономическое положение стран, прогрессирующий разрыв между социальными слоями, рост безработицы. В целом представления респондентов об экономической ситуации в Республике Беларусь и других государствах очень поверхностные, поэтому многие затруднялись ответить на вопросы.

По результатам проведенного исследования монетарного мышления населения Республики Беларусь можно сделать следующие выводы. Денежный фетишизм не характерен для населения республики, деньги воспринимаются в первую очередь как возможности, средство достижения цели. В то же время осознается высокая значимость денег в жизни современного человека, не только в экономической сфере, но и в сфере социальных отношений. Отмечается их способность влиять на социальный статус, самоуважение, взаимоотношения людей, быть источником независимости, благополучия, счастья либо конфликтных ситуаций. Деньги не являются абсолютно безличным средством обмена, но наделяются социальными смыслами, например в зависимости от способа их получения, они приобретают эмоциональную окраску, являясь важнейшим условием удовлетворения потребностей человека.

Следует отметить, что отношение населения к деньгам достаточно противоречиво. Раскол общественного сознания, к которому ведет существование противоречащих друг другу позиций, олицетворяет сложившуюся антиномию ввиду следующих обстоятельств. С одной стороны, деньги являются безусловной необходимостью человека в современном обществе, с их помощью конструируется жизнь: питание, проживание, образование, перемещение, социальное положение, влияние, взаимоотношения с людьми и т. д. С другой стороны, этические нормы христианства, а затем и советская идеология воспитали в людях осуждение богатства, стремления к накопительству, ростовщичества, торговли, потребления предметов роскоши. Продолжая оказывать значительное влияние на монетарное мышление белорусов, данные нормы вошли в противоречие с широко развернувшейся в 1990-е гг. и нарастающей свои обороты и по сей день коммерческой рекламой, которая формирует ложные потребности, навязывает новые стандарты жизни западного образца, играет на присущем всем людям желании обладать. Таким образом, потребности населения растут, затраты на их удовлетворение превышают доходы, несоответствие доходов и расходов втягивает людей в долговую яму, как результат – низкая удовлетворенность своим материальным положением, а вместе с тем нарастание напряженности и в других сферах жизнедеятельности. От резкого осуждения богатства люди обратились к другой крайности – возвеличиванию успешных финансистов, превознесению ценности денег, культу золотого тельца. Поэтому нередко респонденты отмечали, что сегодня деньгами измеряется все или почти все. Распространению рыночного поведения, развитию предпринимательства во многом препятствуют указанные ментальные факторы. Люди, которые в своей хозяйственной деятельности нацелены на увеличение прибыли, нередко наталкиваются на общественное осуждение. На наш взгляд, перед обществом стоит задача создать непротиворечивую концепцию денег, которая позволит личности гармонично сочетать свои потребности, монетарное поведение и его этическую оценку, что, в свою очередь, будет способствовать росту благосостояния отдельных домохозяйств и устойчивому экономическому развитию страны в целом.

Монетарное мышление различных социальных категорий респондентов отличается. Так, предприниматели, работники частных организаций и студенты (в отличие от работников бюджетных организаций и пенсионеров) в большей степени отмечают важность высокого уровня дохода как условия счастливой жизни; они более склонны релятивизировать рыночный и псевдорыночный типы экономического поведения; у них выше оценка

удовлетворенности своим материальным положением и готовности к предпринимательским рискам; они позитивнее относятся к представителям бизнес-среды.

Несмотря на то что в ходе исследования почти половина населения указала на то, что придерживается рыночного типа экономического поведения, анализ различных показателей не позволяет полностью согласиться с данным утверждением. Следует отметить, что значительная часть жителей республики реализуют дорыночный и псевдорыночный типы экономического поведения, что не способствует быстрому развитию финансово-экономической сферы государства. Необходимо значительное расширение программ по повышению финансовой грамотности населения. Непонимание принципов работы финансовых институтов, незнание своих возможностей как участников финансового рынка, превратное отношение к данным субъектам хозяйствования не позволяют реализовать экономический потенциал граждан и отрицательно сказываются на функционировании экономики страны.

Банкам, предпринимателям и государству как хозяйствующему субъекту необходимо принять меры по повышению доверия населения, созданию положительного образа финансовых институтов, в том числе рекламировать свою деятельность в средствах массовой информации, особенно в социальных сетях, которым молодые люди доверяют в большей степени, нежели другим источникам информации. Конкретные примеры успешных бизнесменов, активно используемые в информационном пространстве, также могут стать хорошим стимулом вовлечения населения в предпринимательскую деятельность. На наш взгляд, осознание социально-экономической роли предпринимательства в деле расширения потребительского предложения, создания рабочих мест, модернизации инфраструктуры, увеличения национального богатства и благосостояния отдельных граждан поможет сформировать у населения позитивный образ предпринимателя и в большей степени задействовать человеческий и финансовый капитал страны.

Библиографические ссылки

1. Соколова Г. Н. Экономическая социология. Минск, 2013.
2. Бурдьё П. Социальное пространство и генезис «классов» // Социология социального пространства / пер. с франц.; ответ. ред. пер. Н. А. Шматко. М., 2007. С. 14–48.
3. Федотова В. Г., Федотова Н. Н., Колпаков В. А. Глобальный капитализм: три великие трансформации. М., 2008.
4. Хобсбаум Э. Ностальгия россиян по СССР – это ностальгия по стране, в которой деньги и прибыль не были главными... // Свобод. мысль. 2011. № 11. С. 31–36.
5. Кройтор С., Ображей О., Подвальская В. Финансовая грамотность населения Республики Беларусь: факты и выводы. Январь–февраль 2016. Минск, 2016.
6. Кириенко В. В. Менталитет современных белорусов. Гомель, 2004.
7. Сидорова А. М. Влияние экономической ментальности на проведение рыночных реформ в Республике Беларусь // Новая экономика. 2015. № 2. С. 196–202.
8. Кавецкий С. Т., Скакун Е. В. Социологический барометр предпринимательства в приграничных районах Брестской области // Социология. 2016. № 2. С. 124–131.

References

1. Sokolova G. N. [Economic sociology]. Minsk, 2013 (in Russ.).
2. Burd'e P. [Social space and genesis of «classes»]. In: N. A. Shmatko (transl.). *Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva*. Moscow, 2007. P. 14–48 (in Russ.).
3. Fedotova V. G., Fedotova N. N., Kolpakov V. A. [Global capitalism: three great transformation]. Moscow, 2008 (in Russ.).
4. Khobsbaum E. Nostalgia of Russians across the USSR is a nostalgia about the country in which money and profit weren't main... *Svobodnaia mysl'*. 2011. No. 11. P. 31–36 (in Russ.).
5. Kroitor S., Obrazhei O., Podval'skaia V. [The financial literacy of the population of the Republic of Belarus: facts and conclusions. January–February 2016]. Minsk, 2016 (in Russ.).
6. Kirienko V. V. [Mentality of modern Belarusians]. Gomel', 2004 (in Russ.).
7. Sidorova A. M. Influence of economic mentality on carrying out market reforms in Republic of Belarus. *Novaya ekon.* 2015. No 2. P. 196–202 (in Russ.).
8. Kavetskii S. T., Skakun E. V. Sociological barometer of business in border areas of the Brest region. *Sotsiologiya*. 2016. No. 2. P. 124–131 (in Russ.).

Статья поступила в редколлегию 15.05.2017.
Received by editorial board 15.05.2017.