

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Гуманитарные дисциплины»

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ

*Методические рекомендации к практическим занятиям
для студентов направления подготовки
41.03.01 «Зарубежное регионоведение» очной формы обучения*



Могилев 2021

УДК 316.334.2
ББК 60.56
Э40

Рекомендовано к изданию
учебно-методическим отделом
Белорусско-Российского университета

Одобрено кафедрой «Гуманитарные дисциплины» «28» мая 2021 г.,
протокол № 12

Составитель ст. преподаватель Е. А. Минченя

Рецензент канд. ист. наук, доц. В. В. Табунов

Методические рекомендации предназначены для систематизации знаний,
получаемых на занятиях и в процессе самостоятельной работы с учебной лите-
ратурой, по дисциплине «Экономическая и региональная социология»

Учебно-методическое издание

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Ответственный за выпуск	Н. Н. Рытова
Корректор	А. А. Подошевка
Компьютерная верстка	Н. П. Полевничая

Подписано в печать . Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Печать трафаретная. Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж 26 экз. Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Белорусско-Российский университет»
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/156 от 07.03.2019.
Пр-т Мира, 43, 212022, г. Могилев.

© Белорусско-Российский
университет, 2021

Содержание

Тема 1. Объект, предмет и задачи экономической социологии.....	4
Тема 2. Экономическое поведение и экономическое сознание.....	15
Список литературы.....	32

Тема 1. Объект, предмет и задачи экономической социологии

1 Особенности «экономического» и «социологического» взглядов на природу хозяйственного поведения человека. Объект и предметная область экономической социологии. Различие подходов к определению ее предмета. Рассмотрение развития экономики как социально-экономического процесса.

2 Функции и задачи экономической социологии как науки и учебной дисциплины.

3 Общие социологические подходы в изучении социально-экономических процессов: демографический, коллективистский, культурологический, взаимодействия. Специфические особенности метода экономической социологии.

1 Особенности «экономического» и «социологического» взглядов на природу хозяйственного поведения человека. Объект и предметная область экономической социологии. Различие подходов к определению ее предмета. Рассмотрение развития экономики как социально-экономического процесса

«Экономический» взгляд на природу хозяйственного поведения человека представлен такой наукой, как экономическая теория. Усредненный подход к человеку в экономической теории получил название «модель экономического человека» или «экономический человек». Этот подход формировался в течение достаточно длительного периода времени и является результатом коллективного труда многих поколений ученых-экономистов. С их точки зрения экономический человек находится в сети безличных обменных или контрактных отношений, которые и определяют его действия.

«Экономический» взгляд на природу хозяйственного поведения человека предполагает следующие исходные предпосылки:

- человек независим, т. е. самостоятелен в принятии экономических решений;
- человек эгоистичен, т. е. стремится к максимизации собственной выгоды;
- человек рационален, т. е. рассчитывает издержки того или иного своего выбора;
- человек информирован, т. е. обладает достаточной информацией о средствах удовлетворения своих потребностей.

«Социологический» взгляд на природу хозяйственного поведения человека разрабатывался в рамках науки социологии многими поколениями ученых-социологов как альтернатива экономическому подходу. Он не оформлен в виде четких и однозначных формулировок (как это сделали экономисты), т. к. предполагает более широкий подход к рассмотрению человека в системе экономических взаимодействий.

С точки зрения социологического взгляда человек рассматривается в совокупности всех своих социальных связей, с точки зрения его включенности в различные социальные структуры. Это означает, что человек тысячами неви-

димых нитей связан с различными социальными группами (семья, родственники, жители города или села, группа сверстников, коллеги по работе, этническая и религиозная группы, политическая партия и т. д.), включен в их деятельность, выражает взгляды своей группы. В результате человек не всегда является независимым, а часто подчиняется общественным нормам, ожиданиям членов своей группы и поступает не так, как ему хотелось бы, а так, как требуют юридические и нравственные нормы, обычаи, традиции, ожидания членов групп, в которые он входит. Одновременно он включен в деятельность различных социальных институтов (государство, армия, образование, право, собственность и др.) и вынужден поступать в соответствии с их предписаниями.

Таким образом, человек зависим от множества социальных факторов. Человек не только эгоистичен, но и бывает альтруистичен, может жертвовать своими интересами, действовать в интересах других людей, достигать общественно значимых целей. Точно также он не всегда рационален в своих поступках: часто поступает под воздействием эмоций, вопреки здравому смыслу и логике; он не всегда достаточно информирован и вынужден принимать решения и действовать в условиях неопределенности, когда не ясны цели и средства их достижения. С социологических позиций сугубо экономические качества людей несут на себе влияние окружающей социальной среды и условий, не сводимых к экономическому рационализму и эгоизму.

Сопоставляя экономический и социологический взгляды на природу хозяйственного поведения человека не сложно заметить, что они являются прямо противоположными; при упрощенном сравнении социологический подход с точностью до наоборот повторяет подход экономической теории:

- человек не всегда независим;
- человек не все время эгоистичен;
- человек не в полной мере рационален;
- человек не достаточно информирован.

Данное упрощение с большой натяжкой можно назвать социологическим подходом, но оно помогает понять различие методологических подходов экономической теории и социологии при рассмотрении одного и того же явления – экономического поведения человека.

Преодоление этого разрыва стало возможным с появлением нового научного направления, получившего название экономическая социология. Известный российский ученый, экономист и социолог В. В. Радаев предложил модель экономико-социологического человека, включающую в себя следующие положения.

1 Человек рефлексивный, т. е. отражающий в своем сознании собственные мысли и действия, способный на активный и осознанный выбор. Рефлексивный человек не просто занимает отведенные ему позиции, проигрывает заранее предписанные роли, подчиняется установленным нормам, является объектом чьих-то санкций. Он, действуя в рамках многих ограничений, сам выстраивает свой мир, вырабатывает значения и смыслы происходящего, демонстрирует способность к самостоятельным действиям и к рефлексии по поводу этих действий.

2 Человек гибкий, т. е. способный переключаться между разными режимами действия. Спонтанно или в результате волевых усилий он может переходить от логики экономически ориентированного действия к логике социально ориентированного действия и обратно, может перемещаться между разными смысловыми полями.

3 Человек волевой, т. е. способный поступать вопреки обстоятельствам и ранее избранным способам действия. Волевой человек совершает поступки вопреки очевидной рациональности или устоявшимся нормам, он преодолевает сопротивление обстоятельств: дефицит ресурсов, неясность целей, неадекватность существующих правил поведения и др.

4 Человек социально-дифференцированный, т. е. способный к дифференцированным действиям. Он осуществляет разные социально-обусловленные способы действия, привязанные к различным социальным структурам и институтам.

Таким образом, в экономико-социологической модели, человек предстает перед нами не просто информированный, но активно познающий мир вокруг себя, не просто следующий нормам, но социализирующийся, усваивающий и изменяющий социальные нормы; в одних случаях он может вести себя рационально, независимо или эгоистично, а в других случаях – проявлять альтруизм, идти на поводу у своих эмоций, желаний, действовать во благо других людей, совершать как экономически ориентированные так и социально ориентированные поступки.

Объектом экономической социологии является взаимодействие двух основных сфер общественной жизни – экономической и социальной – и, соответственно, двоякого рода процессов – экономических и социальных. Экономическая сфера представляет собой целостную подсистему общества, ответственную за производство, распределение, обмен и потребление различных благ и услуг, необходимых для жизнедеятельности общества. Социальная сфера – это область отношений между группами, занимающими разное социально-экономическое положение в обществе, различающимися между собой ролью в общественной организации труда, отношением к средствам производства, источниками и размерами получаемой доли общественного богатства. Экономическая и социальная сферы общества тесно взаимосвязаны друг с другом: экономические отношения влияют на социальную структуру общества и активность социальных групп, в то же время социальные субъекты, занимающие разное социально-экономическое положение в обществе, по-разному влияют на протекание экономических процессов и формирование экономических отношений.

Существуют различные трактовки предметной области экономической социологии. Белорусский социолог Г. Н. Соколова для определения предмета экономической социологии использует понятие «социальный механизм регулирования экономики». Наряду с *экономическими* механизмами, регулирующими *экономические* процессы (спрос и предложение), в обществе действуют *социальные* регуляторы *экономических* процессов. Под социальным механизмом регулирования экономики понимается устойчивая структура типов экономического поведения социальных субъектов (групп, слоев, общностей) по поводу

производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг. Регулятивные свойства этого механизма определяются, с одной стороны, правовыми, экономическими, политическими и иными социальными институтами общества, исторически сложившимися в данной стране типом культуры, системой управления, социальной структурой общества, а с другой – социально-экономическим положением социальных субъектов, состоянием их экономического сознания, взаимодействием их экономических интересов, их социально-экономическими потребностями. Г. Н. Соколова считает, что предметом экономической социологии выступают природа и специфические способности социальных механизмов регулировать протекание экономических процессов.

В. В. Радаев определяет предмет экономической социологии в духе веберовской теории социального действия. По его мнению, предметом экономической социологии является экономическое действие как форма социального действия. Следует отметить, что понятие «социальное действие» в научный оборот ввел немецкий социолог М. Вебер, который считал, что не все действия, которые совершает человек, являются социальными. Социальными, по его мнению, следует считать только те действия, которые осознаны, осмыслены, внутренне мотивированы и направлены на других людей. В. В. Радаев считает, что экономическое действие является формой социального действия; оно укоренено в социальных структурах (в культуре, социальных институтах); хозяйственные институты являются социальными конструкциями.

Первое положение означает, что экономическую социологию интересует не только наблюдаемое поведение, но и субъективная позиция того, кто его совершает (позиция хозяйственного агента) – его мотивы, определения ситуации, т. е. совокупность значений и смыслов, позволяющих интерпретировать происходящее и объяснять свои собственные поступки. Также это означает, что мотивы хозяйственного агента выходят за пределы сугубо экономических целей и принципиальными источниками мотивации являются социальные нормы и принуждение.

Второе положение о социальной укорененности экономического действия означает, что экономическое действие включено в социальный контекст, «встроено» в социальные структуры (сети межиндивидуального взаимодействия, социальные организации, социальные группы, локальные и национальные сообщества). Люди вступают в хозяйственные отношения не с чистого листа, им уже предпосланы общезначимые нормы и правила, регулирующие хозяйственные взаимодействия.

Третье положение значит, что хозяйственные институты конструируются действующими индивидами, создаются самими людьми, способными к мобилизации необходимых ресурсов, к преодолению исторически сложившихся ограничений; хозяйственные институты сами выступают как конфигурации систем действий.

Таким образом, обобщая точки зрения различных социологов, можно отметить, что предметом экономической социологии является реальное поведение людей и социальных групп в конкретной социально-экономической ситуации.

Каков бы ни был уровень экономического развития общества, в нем всегда действуют определенные социальные механизмы, регулирующие экономическую деятельность, такие, в частности, как государство, культура, религия, мораль. Их регулирующее, стимулирующее или, наоборот, ограничивающее влияние на экономическую сферу общества тоже входит в предметную область экономической социологии.

В сфере экономики реально действует не одномерный экономический человек, а многогранные, многомерные личности, являющиеся активными субъектами взаимодействий не только в процессах производства и потребления, но и в других сферах общества – политической, культурной, религиозной, спортивной и т. п. Поэтому экономическая социология исследует экономику как специфический социальный процесс, неразрывно связанный со всеми остальными сферами общественной жизни. Сама же эта связь осуществляется через многообразную деятельность различных социальных групп, включенных как в экономику, так и в политические, юридические, демографические, культурные и иные социальные процессы.

Люди, будучи включенными во все общественные отношения и процессы и объединенные в группы, слои, классы и т. д., становятся связующими элементами между экономической и другими сферами общества, т. е. своеобразными проводниками влияния этих сфер на экономическую жизнь. Например, через «группы власти» (политическое лобби) на экономику влияют политические факторы, через семью – демографические факторы, через социальные организации (производственные коллективы) – социально-психологические факторы.

2 Функции и задачи экономической социологии как науки и учебной дисциплины

Значение экономической социологии выражается в ее основных функциях.

Мировоззренческая функция экономической социологии состоит в том, что она развивает целостное миропонимание участников экономической деятельности, формирует социологический способ мышления. Это позволяет более адекватно выбирать способы экономического поведения.

Теоретико-познавательная функция заключается в получении новых знаний о функционировании социально-экономических явлений и процессов, в разработке научных обобщений, суждений и гипотез, опирающихся на исследование той сферы социальной реальности, которая относится к предметной области экономической социологии.

Прикладная функция связана с преобразованием структур и форм организации экономической деятельности на основе прикладных социологических исследований и практических рекомендаций по их результатам. Проблематика исследований включает такие вопросы, как кадровая политика, трудовая адаптация, мотивация труда, роль психосоциальных факторов в производительности труда, формирование межличностных отношений и др.

Экономическая функция заключается в использовании социологических знаний для оптимизации человеческого фактора на микро- и макроуровнях экономической деятельности.

Социальная функция заключается в том, что экономико-социологические знания помогают формированию социально-нормативных принципов поведения людей в сфере экономики, социализации личности, адаптации субъекта деятельности к выполнению различных хозяйственных ролей. Это позволяет гармонизировать взаимодействие человека и экономики, повышать социально-психологический комфорт людей в экономической системе отношений.

Управленческая функция экономической социологии выражается в содействии поиску наиболее оптимальных путей и способов решения конкретных социально-экономических проблем, в необходимости учитывать социальные последствия принимаемых управленческих решений.

Экономическая социология трактуется в двух основных значениях:

- 1) как наука;
- 2) как учебная дисциплина.

В первом (теоретико-методологическом) значении она выступает как научно-поисковое направление, которое развивается учеными в ходе научной практики, осуществляющее поиск новых путей и сферы приложения социоэкономического знания. Это научное направление представляет собой еще аморфное образование, объединяющее всю совокупность ученых, которые осознанно или неосознанно принадлежат к данной сфере научного знания. В этом научном направлении еще нет общепринятых концепций и общей идеологии научного поиска.

Во втором (учебно-методическом) значении экономическая социология выступает как учебный курс, преподаваемый в вузах и средних учебных заведениях, имеющий отличную от других предметов программу курса, совокупность методических пособий, учебников. В этом качестве экономическая социология представляет собой систематизированную совокупность добытых учеными знаний, разнесенных методистами по главам, темам, параграфам, учебным часам и т. д.

Среди основных задач экономической социологии как науки выделяют следующие:

- 1) исследование социальных механизмов, влияющих на развитие экономики и регулирующих экономическую деятельность индивидов, социальных общностей и групп;
- 2) изучение особенностей мотивации поведения субъектов экономической деятельности;
- 3) исследование конкретных социокультурных условий функционирования и трансформации экономики;
- 4) раскрытие взаимодействия экономики с другими подсистемами общества, динамики его социально-экономической структуры;
- 5) выявление социальных ролей субъектов экономической деятельности, их социального статуса и социальной мобильности;

6) анализ основных трудовых ценностей населения, их динамики и роли в формировании экономического поведения;

7) выявление социальных функций экономики в развитии современного общества, формирование социальных целей субъектов хозяйственной деятельности;

8) формирование наиболее оптимальных направлений социально-экономической политики государства, основанных на принципах социального партнерства и гуманизации экономических отношений;

9) прогнозирование социальных последствий технологического процесса и происходящих под его влиянием изменений в экономической системе.

Цель изучения дисциплины «Экономическая и региональная социология» состоит в том, чтобы дать студентам представление о социальных процессах, явлениях и отношениях, происходящих в экономической сфере; помочь в понимании социальных механизмов и резервов развития экономики; содействовать формированию гуманитарного видения роли экономики в жизни общества; способствовать развитию экономико-социологического мышления студента.

Задачи экономической социологии как учебной дисциплины изложены в рабочей программе курса:

- показать историческое место экономической социологии в системе научного знания, особенности ее предмета, методологии и метода в анализе процессов, связанных с экономической деятельностью;

- дать представление о возможностях социологического анализа социально-экономических процессов, связанных с экономической деятельностью;

- раскрыть взаимосвязь и взаимодействие экономической и социальной сфер общества, особенности его социально-экономической стратификации;

- показать влияние экономической культуры на экономическое поведение, роль человеческого фактора в развитии экономики.

3 Общие социологические подходы в изучении социально-экономических процессов: демографический, коллективистский, культурологический, взаимодействия. Специфические особенности метода экономической социологии

Родоначальник экономической социологии Н. Смелсер выделил характерные социологические подходы при рассмотрении общественных явлений: демографический, коллективистский, культурологический, психологический подходы, а также подход взаимодействия.

Демографический подход означает, что при анализе экономического поведения субъектов следует учитывать их принадлежность к тем или иным демографическим слоям населения (по возрасту, полу). В силу того, что разные возрастные группы (молодежь, люди среднего возраста, пенсионеры), а также мужчины и женщины, имеют свои особенности, их мотивы поведения, мнения по поводу одних и тех же экономических явлений и процессов могут существенно отличаться.

Коллективистский подход предполагает учитывать включенность субъектов экономической деятельности в различные коллективные объединения, принадлежность к которым сказывается на их поведении. К таким коллективным объединениям относятся: семья, студенческая общность, профессиональная общность, трудовой коллектив, социально-экономические и политические группы и др. Коллективистский подход позволяет выявлять глубинные механизмы таких социальных процессов, как конкуренция, корпоративная солидарность, действия толпы, поведение акционеров и т. д.

Культурологический подход исходит из признания важности в оценках поведения людей их приверженности к определенным социальным ценностям и нормам, культурным традициям. Этот методологический подход позволяет более объективно оценивать перспективы проводимых социально-экономических преобразований с учетом культурно-исторических особенностей данного общества.

Психологический подход требует при оценке коллективного поведения людей учитывать осознание индивидами себя как личностей и ожидания с их стороны такого же отношения к себе других людей.

Подход взаимодействия означает, что социально-экономические явления и процессы следует рассматривать сквозь призму постоянных взаимоотношений участвующих в них субъектов. Взаимодействие людей во многом обуславливается их социальными ролями (роль политика, избирателя, руководителя, подчиненного, собственника, служащего, потребителя и т. д.); социальная роль задает образец того, как действовать индивиду в определенной ситуации.

Понятие метод экономической социологии используется в собирательном смысле, т. к. речь идет о множестве методов, приемов и процедур исследования. Понятие «метод» означает способ исследования с целью построения системы знаний об изучаемом объекте. Ни один метод не является универсальным, но имеет свои четко очерченные познавательные возможности.

Методы социологии можно условно разделить на две большие группы: методы теоретической социологии и методы эмпирических и прикладных исследований. К первой группе методов относят сравнительный метод, выдвижение и проверка гипотез, метод социальных фактов, социально-философский и другие методы. Ко второй группе относят выборочный метод, методы сбора и анализа социологической информации, такие как опрос, наблюдение, анализ документов, эксперимент.

Рассмотрим основные методы теоретической социологии. Важное место занимает сравнительный метод. Его исходной предпосылкой является наличие общих закономерностей в социальных явлениях и процессах, что позволяет сопоставить однотипные явления и процессы в разных социальных ситуациях, например: экономическое поведение, социальные ценности, формы семьи и т. д. Известный немецкий социолог М. Вебер, изучив все мировые и ряд национальных религий, пришел к выводу, что они по-разному влияют на поведение людей, в том числе на экономическое поведение.

К методам социологического анализа относятся выдвижение и проверка гипотез. Социологическая гипотеза – это научно обоснованное предположение о структуре, функциях социального объекта, тенденциях и динамике его разви-

тия, истинность которого предстоит подтвердить или опровергнуть в ходе исследования. Научная гипотеза может быть сформулирована в результате предварительного анализа изучаемого объекта.

В изучении социально-экономических явлений и процессов экономическая социология имеет дело с социальными фактами, которые отличаются от экономических, биологических и других фактов. Социальный факт – это общественно значимое событие или совокупность однородных событий, характерных для определенной сферы общества или определенных социальных явлений и процессов. Социальными фактами могут выступать: поведенческие социально значимые акты людей, т. е. то, что делают субъекты экономической деятельности; результаты и продукты человеческой деятельности, приобретающие социальную значимость; вербальные действия людей, т. е. социально значимые высказываемые мнения, взгляды, суждения.

При социологическом анализе широко применяется социально-философский метод, который предполагает рассмотрение изучаемых явлений и процессов в их развитии и во взаимосвязях с другими явлениями и процессами.

Для социологического анализа характерен выборочный метод. Основная идея выборки заключается в том, чтобы по части социального объекта или его уменьшенной модели судить о целом объекте. Выборка – это совокупность способов, приемов и процедур отбора элементов объекта, единиц наблюдения и изучения при массовых социологических исследованиях. Выборкой также называют совокупность элементов объекта социологического исследования, подлежащую непосредственному изучению, уменьшенную модель изучаемого явления. Главное свойство этой модели – репрезентативность, т. е. способность отражать все свойства исследуемой совокупности, которая называется генеральной совокупностью. Существуют следующие типы выборки:

- случайная (каждый индивид имеет возможность быть включенным в нее, это отбор на основе статистической случайности);

- механическая (из общего числа генеральной совокупности через равные промежутки отбирается необходимое число элементов, например: каждый десятый, каждый сотый и т. д.);

- серийная (генеральная совокупность разбивается на однородные части и из каждой отбираются единицы анализа);

- гнездовая (в качестве единиц отбора выступают не отдельные респонденты, а группы с последующим сплошным отбором в них, применяется если состав групп схож);

- метод основного массива (опрос 60 %...70 % генеральной совокупности, который применяется на этапе предварительного исследования при изучении какого-либо контрольного вопроса);

- квотная (целенаправленный отбор респондентов в соответствии с заданными пропорциями, такими как пол, возраст, тип поселения, образование, доход, статус собственности и т. п.).

Одним из важных методов сбора социологической информации является опрос. Он представляет собой вопросно-ответный способ сбора социологических данных, при котором источником информации выступает словесное со-

общение опрашиваемых (респондентов). Существует два основных вида опроса: интервью и анкетирование. Интервью – это устный опрос, непосредственный целенаправленный диалог интервьюера с респондентом по заранее подготовленным вопросам (формализованное интервью) или по вопросам, которые заранее не готовятся, а формулируются по ходу беседы (неформализованное интервью). Анкетирование – это письменный опрос по заранее разработанному инструментарию (анкете, опросному листу). Анкета представляет собой тщательно разработанную конструкцию из вопросов, последовательность которых имеет определенную логику. Анкету респондент заполняет сам, в интервью вопросы зачитывает интервьюер.

Важным методом эмпирического исследования является наблюдение. Это метод прямой регистрации исследователем социальных событий и условий, в которых они протекают. Источником информации в этом случае выступают внешние проявления социальных явлений. Наблюдение называют включенным, когда исследователь находится внутри исследуемого объекта (т. е. включен в деятельность той группы, за которой он наблюдает и совершает те же действия, что и члены этой группы) и невключенным, когда исследователь находится вне исследуемого объекта.

Одним из способов получения социальной информации является анализ документов. Документом принято считать специально созданный предмет для передачи и хранения социальной информации, зафиксированной в тексте, пленке, дискете и т. п. Существует два основных метода анализа документов: традиционный и формализованный. Традиционный анализ является методом качественного анализа, под которым понимаются умственные операции по интерпретации, пониманию сути информации, содержащейся в документе. При формализованном анализе, который называется контент-анализ, содержание информации переводится в определенные количественные показатели с целью дальнейшей интерпретации. Этот метод рассчитан на извлечение информации из больших массивов источников. В содержании документа выделяются единицы счета, ими могут быть отдельные слова (термины, географические названия, имена и т. д.), суждения. Процедура исследования состоит из 18 операций, описанных в специальной литературе.

В социологических исследованиях нередко применяется эксперимент. Социальный эксперимент является способом получения информации о социальном объекте в результате воздействия на него некоторых управляемых и контролируемых факторов. Эксперимент предполагает непосредственное вмешательство исследователя в реальный ход событий. Его применение в социологии крайне ограничено.

Вопросы для проверки и самоконтроля

1 В чем сущность «экономического» и «социологического» взглядов на природу хозяйственного поведения человека? В чем их принципиальное различие?

2 Сформулируйте и раскройте основные положения модели «экономико-социологического человека».

3 В чем состоит логика экономически ориентированного действия и логика социально ориентированного действия? Приведите примеры таких действий.

4 Где пролегают междисциплинарные границы между экономической теорией, с одной стороны, и экономической социологией, с другой?

5 Назовите объект и предмет экономической социологии.

6 Как взаимодействуют между собой экономическая и социальная сферы общества? Приведите примеры взаимодействия экономических и социальных явлений и процессов.

7 Приведите примеры различающихся трактовок предмета экономической социологии. Что их объединяет?

8 Раскройте содержание основных функций экономической социологии.

9 Каковы основные задачи экономической социологии как науки и как учебной дисциплины?

10 Проанализируйте содержание общих социологических подходов в изучении социально-экономических процессов, сформулированных Н. Смелсером. Проиллюстрируйте их конкретными примерами.

11 Какие социологические методы применяются для изучения социально-экономических процессов?

Задания для самостоятельной работы по теме «Объект, предмет и задачи экономической социологии»

1 Используя словари и учебную литературу по социологии и экономической социологии, составьте словарь по теме и запишите в рабочую тетрадь содержание следующих понятий: *объект науки, предмет науки, объект экономической социологии, предмет экономической социологии, социальное, социальная сфера общества, экономическая сфера общества, социальное действие, социальный механизм регулирования экономики.*

2 Сопоставьте подходы к рассмотрению хозяйственного поведения человека, выработанные в рамках экономической теории и социологии. Что общего и чем различаются модель «экономический человек» и модель «социологический человек»? Ответ запишите.

3 Проанализируйте точки зрения различных ученых о предмете экономической социологии (Г. Н. Соколова, В. В. Радаев, Н. Смелсер). Почему разные авторы его трактуют по-разному? Запишите в рабочую тетрадь различные формулировки предмета экономической социологии.

4 В чем сущность демографического, коллективистского, культурологического подходов, а также подхода взаимодействия в изучении социально-экономических процессов? Их содержание запишите.

Тема 2. Экономическое поведение и экономическое сознание

1 Экономическое поведение как вид социального действия. Типы экономического поведения.

2 Экономическое сознание. Экономическое мышление как форма проявления экономического сознания.

3 Состояние экономического сознания и экономического поведения в трансформационном обществе.

4 Экономическая культура как регулятор экономического поведения.

1 Экономическое поведение как вид социального действия. Типы экономического поведения

Предметом исследования экономической социологии является реальное экономическое поведение людей и социальных групп в конкретной социально-экономической ситуации, данная наука исследует проявление социальной природы человеческих взаимоотношений в сфере экономической деятельности.

Экономическое поведение представляет собой систему социальных действий, которые, во-первых, связаны с использованием различных экономических ценностей (ресурсов) и, во-вторых, ориентированы на получение пользы, выгоды, прибыли от их обращения. В узком смысле слова экономическое поведение – это выбираемый человеком способ зарабатывания денег.

Экономическое поведение является способом добывания и перераспределения благ, которые большей частью выступают в виде ограниченных ресурсов. В условиях конкурентной борьбы за обладание этими ограниченными ресурсами одни субъекты экономических отношений пытаются воздействовать на других субъектов.

В экономическом поведении проявляются социальные качества человека, особенности его воспитания, культурный уровень, убеждения, взгляды, вкусы, в поведении реализуется его отношение к окружающей природной и социальной среде, к другим людям, к самому себе. Экономическое поведение лежит в основе всех других поведенческих актов. Такая позиция объясняется достаточно просто. Прежде чем заниматься политикой, искусством, наукой, спортом, люди нуждаются в том, чтобы удовлетворить свои повседневные первичные жизненные потребности в пище, воде, одежде, жилище и т. д. Следовательно, исходным началом всех форм поведения является поведение экономическое.

В социологической литературе отсутствует строгая типология экономического поведения. Один из подходов предложил российский исследователь В. И. Верховин. Он выделил следующие типы экономического поведения: дистрибутивное (распределительное), производственное, обменное и потребительское. Данная классификация является условной, т. к. эти виды экономического поведения не проявляются в чистом виде, а на практике имеет место сочетание различных его видов.

Рассмотрим подробнее эти виды экономического поведения.

Дистрибутивное поведение связано, прежде всего, с функционированием института собственности. Все экономические ресурсы (капитал в различной форме, земля, станки, оборудование, технологии, рабочая сила, информация, ноу-хау и др.) могут эффективно использоваться, если они кому-либо принадлежат. В то же время они приобретают значение и ценность, если являются для кого-либо предметом интереса, т. е. существуют какие-либо люди или группы людей, желающие получить во владение, пользование или распоряжение эти ограниченные ресурсы. Гарантом того, что экономические ресурсы будут сохранены и преумножены, является институт собственности, который обеспечивает соединение субъектов с экономическими ресурсами и защиту их прав.

Дистрибутивное поведение отражает следующие предписания института собственности: пользоваться, распоряжаться и владеть объектом собственности. Предписание пользоваться объектом собственности означает извлекать для себя пользу из него, распоряжаться объектом собственности означает управлять им, защищать его, а предписание владеть объектом собственности означает, что можно диктовать свою волю лицам, имеющим отношение к ресурсам собственности.

В зависимости от степени доступа к ресурсам и контроля над ними выделяют три модели дистрибутивного поведения: хозяйственное, агентское, функциональное. Хозяйственное поведение – это экономическое поведение субъектов, являющихся владельцами ресурсов, агентское – это экономическое поведение субъектов, которые по поручению владельцев обеспечивают правовой, экономический, организационный и иной контроль за ресурсами, функциональным называется экономическое поведение субъектов, извлекающих на договорной основе выгоду от использования ресурсов других лиц.

Производственное поведение связано с накоплением, концентрацией материальных, интеллектуальных, организационных и других ресурсов, их соединением и комбинированием с целью получения некоторых благ с фиксированными потребительскими свойствами и дохода от их обращения на рынке. Производственное поведение основано, прежде всего, на поиске и поддержании таких комбинаций ресурсов, которые позволяют максимизировать разницу между доходами и издержками.

В анализе производственного поведения выделяют два его подвида: производственно-организационное и производственно-трудовое. Производственно-организационное поведение связано с организацией труда других людей, с объединением человеческих ресурсов в рамках функционирования конкретных предприятий, организаций, фирм. Производственно-трудовое поведение представляет собой профессиональные действия многих людей, включенных в трудовой процесс и реализующих различные модели трудового поведения.

Обменное поведение обеспечивает движение различных экономических благ (товаров, услуг, информации и др.) на рынке на основе учета и сравнения их стоимости. Экономический обмен является одной из форм социального обмена, который реализуется в хозяйственной жизни. Его основой является взаимодействие экономических субъектов, перераспределяющих экономические ресурсы в структуре рыночных отношений с целью получения выгоды. Способы обмена обусловлены находящимися в обороте ресурсами, механизмами цено-

образования, компетентностью субъектов обмена, правовой базой, покупательной способностью населения и другими факторами.

Наиболее наглядно обменное поведение реализуется в коммерческой (торговой) деятельности. Важнейшими функциями коммерческого поведения выступают:

- поиск производителей и включение новых товаров и услуг в рыночный оборот;
- формирование инфраструктуры рыночного обмена;
- сохранение потребительских свойств экономических ресурсов в процессе их передачи от производителей потребителям;
- передача прав собственности на товары в процессе их перемещения по каналам рынка;
- предоставление гарантий в процессе движения товаров.

Потребительское поведение связано с извлечением из товарного оборота экономических благ и присвоением их полезных свойств с целью удовлетворения тех или иных потребностей. В рамках потребительского поведения выделяют следующие процессы: поиск потребительских благ на рынке и вне его, приобретение благ, рациональное их использование и хранение, выбор потребительских приоритетов и дозирование потребления во времени, построение оптимальных потребительских бюджетов и др.

Белорусский социолог О. В. Кобяк предлагает рассматривать экономическое поведение как «выбираемый человеком способ зарабатывания денег» и выделяет несколько способов такой поведенческой активности:

- 1) наемный труд – выполнение заданных функций за условленное вознаграждение;
- 2) предпринимательство – инновационная деятельность и поведение;
- 3) франчайзинг – приобретение лицензии и осуществление хозяйственной активности в уже апробированных видах деятельности (рестораны «Мак-Дональдс»);
- 4) фондовая биржа – извлечение дохода посредством операций с ценными бумагами;
- 5) реализация индивидуальных способностей (использование таланта);
- 6) сетевой многоуровневый маркетинг (экономическое поведение дистрибьютора).

Кроме того, в основу классификации экономического поведения в современной рыночной экономике можно положить не только «способ зарабатывания денег», но и *способ получения денежных доходов*, что позволяет выделить такие типы экономической активности, как банковская деятельность, страховая деятельность, использование имущества для получения дохода, производство различного рода услуг, спекулятивная деятельность товарами на рынке.

2 Экономическое сознание. Экономическое мышление как форма проявления экономического сознания

Предпосылками экономического поведения выступают экономическое сознание, экономическое мышление, экономические интересы, социальные стереотипы, экономическая культура. Каждый из этих феноменов по-своему формирует тот или иной тип экономического поведения.

Экономическое сознание, являясь одним из видов общественного сознания, представляет собой совокупность взглядов, идей, представлений индивидов и социальных групп, в которых непосредственно отражается экономическая действительность и выражается отношение субъектов к различным аспектам экономической жизни. Экономическое сознание является формой идеального воспроизведения людьми экономических отношений.

Содержание экономического сознания связано с научным познанием экономической действительности, сознательным использованием социально-экономических законов. Этот уровень экономического сознания принято называть теоретическим. Вместе с тем в отношении экономики существуют взгляды и представления людей, которые порождены их практическим опытом и которые не всегда совпадают с научными выводами. Эти взгляды и представления составляют эмпирический уровень экономического сознания. В своей повседневной жизни люди, как правило, руководствуются этим «обыденным сознанием» или экономическим мышлением. Экономическое мышление отражает экономическую реальность преимущественно в эмоциональной, а не в рациональной форме. В результате в обществе формируется определенный экономический менталитет, т. е. определенные умонастроения, склад и способность мышления, настрой, влияющие на мотивацию и результативность экономической деятельности.

Экономическое мышление является формой проявления экономического сознания в конкретной социально-экономической ситуации и является своеобразным механизмом выработки определенных типов экономического поведения. Основной функцией экономического мышления является оценка и выбор экономических альтернатив, связанных с освоением каких-либо материальных и нематериальных благ для удовлетворения индивидуальных потребностей. Главные критерии, определяющие экономическое мышление:

- рациональность;
- умение адаптироваться к существующим «правилам игры»;
- способность к калькуляции затрат и выгод на основе оптимального выбора.

Основными компонентами экономического мышления выступают экономический интерес, социальный стереотип, психоэмоциональные качества индивида, экономическая культура.

В экономической социологии для объяснения поведения людей в хозяйственной сфере используется понятие экономический интерес. Интерес – это осознанная потребность. Экономический интерес связан с оценкой и выбором благ, потенциальную или реальную ценность которых человек определяет для

себя в экономической системе координат, преимущественно в деньгах. По результатам социологических исследований именно уровень оплаты труда являются решающим стимулом, влияющим на экономическое поведение.

Люди удовлетворяют свои потребности преимущественно произведенными благами, обладающими стоимостью, и может показаться, что все интересы человека являются его экономическими интересами. Но это не так. В ряде случаев экономический интерес является недостаточным фактором для того, чтобы взяться за предложенную работу только за деньги. В данной ситуации может подключиться профессиональный интерес через осознание такого стимула как возможности профессиональной самореализации. Если рассмотрим волонтерский тип поведения (безвозмездный, неоплачиваемый труд), то заметим, что денежный стимул отсутствует, но присутствуют такие стимулы как возможность бесплатного активного отдыха за пределами Республики Беларусь, возможность получения новой информации, приобретение дополнительных навыков работы, возможность новых контактов и новых знакомств. Человек может выполнять ту или иную работу, не задумываясь об ее оплате, например, помогая другу сделать ремонт или пожилым родителям выкопать картошку. Таким образом, ядром индивидуального интереса является экономический интерес, но он не исчерпывает его содержание, к экономическому интересу могут подключаться самые разнообразные интересы.

Иерархии потребностей соответствует определенная структура интересов. Эта структура интересов складывается под воздействием множества объективных и субъективных факторов. В качестве объективных факторов выступают экономические, политические, культурные, правовые и другие условия социальной среды, в которых формируется человек, к ним относятся особенности воспитания, образования, сфера занятости, положение в системе экономической стратификации и т. п. Субъективными факторами являются склонности и задатки, заложенные в человеке от природы, его ценностные ориентации, установки, идеи и представления о чем-либо. Поэтому интерес человека с одной стороны объективен, т. к. формируется под воздействием независимых от человека факторов внешней среды, а с другой – субъективен, т. к. всегда принадлежит конкретному субъекту, носителю данного интереса. Следовательно, для того чтобы изучить экономические интересы, необходимо изучить конкретных людей, носителей этих интересов.

В современном обществе человек сталкивается с резким увеличением количества объектов внешнего мира, с которыми он вынужден взаимодействовать, с большими потоками информации, а с другой стороны, он сталкивается с ограниченностью мыслительных ресурсов, необходимых для этого взаимодействия. По наблюдениям психологов нормальный человек способен одновременно удерживать в поле активного внимания 5–9 человек ((7 ± 2) объекта). Но в реальной жизни этих объектов гораздо большее количество. В результате психика человека вырабатывает социальные стереотипы.

Социальный стереотип является результатом работы мышления. Современный человек воспринимает большие потоки социальной информации, большое количество социальных объектов, которые так или иначе он пере-

осмысливает, оценивает, перерабатывает. В результате переработанная социальная информация выстраивается в виде логических связей между социальными объектами, явлениями и процессами, одни из которых являются причиной, а другие – следствием. Социальный стереотип связан с тем, что в сознании человека формируется, сохраняется и воспроизводится некоторый шаблон восприятия и оценки социальной информации, который существует в виде конкретных представлений о социальных явлениях, которые определяют поведение индивида в конкретной ситуации.

Социальные стереотипы могут быть сформулированы в виде известных высказываний или поговорок, например: мое дело – маленькое (или моя хата с краю), начальству виднее, государство не обеднеет, встречают по одежке, у кого власть – у того и сласть, женщины более пригодны к одним видам деятельности и менее пригодны к другим и т. п. Из студенческой жизни известны следующие стереотипы: от сессии до сессии живут студенты весело; первый год студент работает на зачетку, а потом зачетка работает на студента и др.

Таким образом, стереотип – это стандартизированный, устойчивый и, как правило, упрощенный образ какого-либо объекта или явления в сознании человека. Человек воспринимает и оценивает какой-либо объект, явление или процесс, ориентируясь на уже имеющуюся у него в голове «картинку» этого объекта. Если приблизительно одни и те же картинки свойственны обществу или достаточно большой социальной группе, то говорят о социальных стереотипах. Стереотип, будучи однажды сформированным, позволяет человеку не задумываться каждый раз об уже знакомой ситуации и не анализировать ее детально, а предлагает готовый алгоритм ее восприятия и оценки.

В том, что люди пользуются стереотипами можно обнаружить, как положительные, так и отрицательные стороны. Пользуясь ими, люди легче ориентируются в больших потоках информации, упрощают процесс мышления, но в то же время стереотипы не позволяют глубоко разобраться в конкретной ситуации и могут привести к неправильным выводам.

Человек, совершающий разнообразные экономические действия, рассматривается в экономической социологии не только как думающий, взвешивающий, просчитывающий все последствия своих действий. Он еще рассматривается как чувствующий, переживающий, выражающий свое отношение к фактам, явлениям, событиям в виде эмоций. Эмоции – это комплекс психофизиологических процессов, целостная реакция индивида, отражающая его отношение к объекту восприятия, возникающая, как правило, в ситуации неопределенности. То, что происходит с конкретным человеком или вокруг него может ему нравиться или не нравиться, вызывать восторг, радость, сочувствие или, наоборот, провоцирует гнев, раздражение, озлобление и т. п. Эмоции, если они являются очень сильными, блокируют рациональные компоненты мышления. Когда ситуация по прошествии некоторого времени осмысливается и становится более или менее определенной (т. е. сам индивид определяет ее, дает ей название), то начинают работать рациональные компоненты мышления, а психоэмоциональное состояние приходит в равновесие.

В процессе осуществления индивидом экономического выбора эмоции могут играть как позитивную, так и негативную роль. Поведение, которое совершает человек, всегда эмоционально окрашено. Эмоциональная память человека ориентирует его на выбор тех программ деятельности (образцов, стандартов), с использованием которых, как правило, связаны положительные переживания. И, наоборот, при выборе модели экономического поведения мышление вытесняет те модели поведения, с которыми связаны неприятные воспоминания и негативные эмоции.

Психологи рекомендуют решать сложные задачи и задачи, которые ставятся впервые, в состоянии психоэмоционального равновесия. Нарушение психоэмоционального равновесия делает человека менее организованным в своих мыслях и действиях и, соответственно, более управляемым или вносит существенные изменения в экономическое поведение. Психоэмоциональное возбуждение тормозит или вообще блокирует работу рациональных компонентов мышления. Поэтому важные решения не следует принимать находясь под воздействием сильных чувств. Недаром народная мудрость гласит, что утро вечера мудренее. Это значит, что следует использовать некоторое время (т. е. ночь), чтобы привести свои мысли и чувства в равновесие, а принятое утром (т. е. по прошествии некоторого времени) решение будет более мудрым. В связи с этим психологи рекомендуют поступать так, как делала это знаменитая киногероиня, которая говорила: «Я подумаю об этом завтра».

К числу значимых факторов, воздействующих на психоэмоциональное состояние индивидов, относится феномен социального настроения. От того как «чувствует» себя общество в целом, какие настроения в нем преобладают, зависит образ мышления членов этого общества и, соответственно, распространенность тех или иных моделей социального, в том числе и экономического поведения. В современном обществе ярким примером психоэмоционального воздействия на человека является реклама товаров и услуг, реклама отдыха и туризма. Реклама ориентирует потребителей скорее на эмоциональный, нежели рациональный выбор.

3 Состояние экономического сознания и экономического поведения в трансформационном обществе

В условиях современного общества экономическое сознание людей на постсоветском пространстве претерпевает глубокие изменения. С одной стороны, в нем представлены прежние взгляды и представления людей, сформированные в советской административно-централизованной системе. С другой стороны, рыночные экономические отношения формируют принципиально иные взгляды, связанные с хозяйственной деятельностью. В результате экономическое сознание находится в переходном состоянии и характеризуется определенной противоречивостью, что выражается в характерных формах экономического поведения.

А. Аросипов выделяет следующие типы экономического мышления: государственнический, рыночный, социально-рыночный. Государственническому

типу экономического мышления присущи авторитарность, беспрекословное подчинение экономических субъектов органам власти, минимизация хозяйственной инициативы, пренебрежение правом, социальный патернализм и др.

Рыночное экономическое мышление характеризуется такими чертами, как приоритет частной собственности, личная хозяйственная самостоятельность, инициативность, прагматизм, конкуренция, предприимчивость, индивидуализм, конкурентная жесткость и др.

Социально ориентированное рыночное экономическое мышление представляет собой сочетание ряда признаков, названных ранее типов мышления. Оно сочетает в себе ориентации на экономическую свободу, предприимчивость, экономическую эффективность (черты рыночного экономического мышления) с ориентациями на социальную защиту, социальное партнерство, нормы нравственности, предсказуемость (черты государственнического типа экономического мышления).

В современном белорусском обществе социологи выделяют следующие формы экономического поведения населения: дорыночная, рыночная, псевдорыночная. Дорыночная форма поведения условно выражается формулой: «гарантированный усредненный доход ценой минимума трудовых усилий». Такое поведение связано с упованием на патернализм со стороны государства, которое берет на себя заботу об обеспечении пусть и минимальных социальных гарантий, и с невысокой личной инициативностью в сфере трудовых устремлений, с низкой мотивацией на достижение более высоких результатов деятельности. Дорыночный тип поведения хорошо вписывался в советскую экономику и был сформирован мощной командно-административной системой, воспитавшей людей неспособных принимать ответственные решения и рисковать. Для носителей дорыночного типа поведения характерно неприятие рынка или настороженное отношение к нему, они находятся под влиянием социальных стереотипов, выработанных прежними условиями жизни. Их больше других беспокоят угроза безработицы, перспектива переобучения, либерализация цен. Выход из положения, в котором они оказались, большинство из них связывают с наведением порядка и дисциплины во всех сферах общественной жизни, с административными мерами в экономике.

Рыночная форма поведения условно выражается формулой: «максимальный доход ценой максимума трудовых усилий». Здесь поведение характеризуется инициативностью, гибкостью, расчетом на свои собственные силы, мотивацией на высокие результаты. Экономические субъекты, ориентированные на такую форму экономического поведения, являются основой для формирования рыночных отношений, представителями нового экономического мышления. Рыночный тип поведения еще только начинает формироваться и почти полностью ориентирован на предпринимательство.

Псевдорыночное экономическое поведение характеризуется формулой: «максимальный доход ценой минимума трудовых усилий». Эта форма поведения характерна для людей, которых не устраивает прежний уровень жизни, которые устремлены на более высокие социальные стандарты, но не ориентированы на активизацию своей трудовой деятельности, повышение профессиона-

лизма, уровня компетентности, а ориентированы на повышение благосостояния за счет авантюрного риска с нарушением правовых и морально-этических норм, т. е. полулегальной и нелегальной деятельности. Наличие псевдорыночного типа поведения свидетельствует о невысоком уровне развития социальной системы, о неразвитости рыночных отношений.

4 Экономическая культура как регулятор экономического поведения

В научной и учебной литературе встречается множество определений культуры. И это не случайно, т. к. феномен культуры в человеческом обществе чрезвычайно широк, многолик и сложен. Культура представляет собой сложное целое, которое включает себя продукты материальной (орудия труда, здания, сооружения, дороги, каналы, предметы домашнего обихода и т. п.) и духовной деятельности людей (ценности, знания, верования, мораль, законы, обычаи, эстетические вкусы, приемы мастерства, способности и привычки, приобретаемые человеком как членом общества), которые социально усвоены, разделяемы членами общества и могут передаваться от одного поколения другому.

Культура подразделяется на экономическую, политическую, профессиональную, художественную, городскую, сельскую. Каждый из выделенных типов культур связан со всеми остальными ее типами. Экономическая культура тесно связана с правом, нравственностью, религией. Ее важнейшей чертой является историческая устойчивость, повторяемость, своего рода инерционность. Культура не может возникнуть (или измениться) сразу, одномоментно. Точно также она не может быстро исчезнуть.

В целом культура, как интегративное понятие, включает в себя следующие три аспекта: когнитивный – приобретаемые знания, умения, навыки и т. д.; ценностный – осваиваемые нормы, ценности и т. д.; символический – вырабатываемые способы поведения, идентификация и т. д.

В. В. Радаев использует термин хозяйственная культура. По его мнению, экономика и общество связаны множеством прочных нитей и, базируясь на широком основании культурных, властных и других социальных отношений, экономика выступает, как мир хозяйства. Под хозяйственной культурой он понимает совокупность профессиональных знаний и навыков, хозяйственных норм, ценностей, символов, хозяйственных ролей, необходимых для осуществления хозяйственной деятельности.

Знания принято трактовать как совокупность представлений о хозяйственном процессе, профессиональные навыки – как умение воспроизводить хозяйственные действия, т. е. умение, позволяющее стать непосредственным участником этого процесса. Социальные ценности представляют собой устойчивые, более или менее широко распространенные представления людей о том, что является важным, нужным, к чему следует стремиться; это убеждения людей по поводу целей, которых следует достигать, а также путей и средств, которые ведут к достижению этих целей. Так, многие люди стремятся к материальному благополучию, карьерному росту, высокому профессионализму, компетентности и другим целям, используя такие средства, как высокооплачиваемая работа,

образование, повышение квалификации, самообразование, приобретение дополнительных навыков и т. п. Нормы выступают как конкретные правила и образцы, которые предписывают или рекомендуют то или иное поведение. Примерами норм являются ношение спецодежды или униформы, начало и окончание работы в определенное время, должностные инструкции, определенный порядок ведения дел и т. п. Символы представляют собой многозначные образы, с помощью которых человек определяет свое место или группы в хозяйственном процессе. В качестве символов выступают товарный знак, торговая марка, эмблема предприятия; ритуал ношения униформы является нормой, но сама по себе униформа символизирует принадлежность к той или иной профессиональной группе: официант, продавец, милиционер, пожарный и т. д. Хозяйственная роль – это набор требований, предъявляемых к определенной группе, а также способы их исполнения. Это ожидаемое поведение субъектов, обусловленное их местом (социальным статусом) в системе экономических взаимодействий. Поведение официанта и предпринимателя включает в себя наборы различных действий, из которых складывается ролевое поведение.

Экономическая культура обладает вполне определенной структурой. В структуре экономической культуры выделяют ее ядро и периферию. В ядре находятся ценности самореализации личности в экономической сфере общества, например, стремление реализовать себя в качестве предпринимателя, менеджера, инженера, фермера и т. п. К ядру этой системы также относится ценность социально-экономического статуса, занимаемого работником в структуре общества, примерами статусов могут выступать министр, директор завода, президент банка, инженер-конструктор и т.п. Сюда же входит и такая ценность, как обладание собственностью (частной, кооперативной, акционерной, интеллектуальной и т. д.). К ядру экономической культуры принадлежит и ценность материального вознаграждения за активную экономическую деятельность – прибыль, заработная плата, гонорар, премия. К этому же структурному образованию относится и ценность экономической самостоятельности индивида, способность и возможность принимать ответственные и выполняемые решения. И, наконец, очень существенным компонентом ядра экономической культуры является экономическая свобода личности, ее способность и возможность избирать ту или иную сферу экономической деятельности, в частности, свобода предпринимательства, особенно в обществах со «свободно-предпринимательской экономикой». Вплотную к ядру экономической культуры примыкают такие ценности, как честность, долг, справедливость, достоинство, уважение окружающих, применение своих способностей и им подобные, одинаково важные в экономическом поведении и предпринимателя, и менеджера, и рабочего, и инженера, и любого другого работника.

Важным структурным элементом экономической культуры является совокупность экономических знаний, распространенных в обществе и воплощающихся в ценностях, нормах, стандартах и мотивах поведения, которыми руководствуется личность, группа или социальная общность (профессиональная, территориальная и др.) в своей экономической деятельности. К числу важных

компонентов экономической культуры относятся ценности права, правовых норм и законности.

Экономическая культура выполняет в обществе целый ряд взаимосвязанных функций. Во множественном взаимопереплетении функций, которые выполняет экономическая культура в обществе, первичной, т. е. исходной, является адаптационная функция. Благодаря применению ценностей, норм, образцов поведения, сконцентрированных в экономической культуре, каждый индивид и любое сообщество индивидов (семья, профессиональная группа, социально-территориальная структура – город, село и т. п.) адаптируются к изменяющимся социально-экономическим условиям своей жизни, к существующим в обществе типам и формам экономической деятельности. Адаптационная функция экономической культуры даёт возможность людям, руководствующимся её ценностями и нормами, во-первых, приспособляться к существующим в обществе социально-экономическим условиям, типам и формам экономического поведения, во-вторых, приноравливать окружающую социально-экономическую среду к своим потребностям и интересам – производить необходимые экономические блага, распространять их среди окружающих путём обмена, продажи, сдачи в аренду и т. п.

Адаптационная функция экономической культуры тесно связана с ее познавательной функцией. Овладевая знаниями, содержащимися в экономической культуре, с ее правовыми нормами, запретами, идеалами и т. п., человек получает надежный ориентир для выбора направленности, содержания и форм своего экономического поведения, будь то производственная деятельность, покупка тех или иных товаров и услуг, особенности и объем их потребления и т. п.

Создавая необходимые для ориентации человека в социально-экономической сфере нормы, правила, стандарты поведения, экономическая культура выполняет очень важную функцию: нормативно-регуляционную. Сущность ее заключается в том, что экономическая культура, выступая в качестве совокупности идеалов, норм, образцов поведения, предписывает индивидам и социальным группам определенные стандарты и правила, в соответствии с которыми складывается образ жизни людей, их установки и ценностные ориентации, ролевые ожидания, притязания и способы деятельности в экономической сфере общества.

Экономическая культура наряду с названными выполняет еще и трансляционную функцию, создающую возможности для диалога поколений и эпох, передавая из прошлого в настоящее, а из настоящего – в будущее определенный опыт экономической деятельности, те или иные наборы социальных ценностей, норм, предпочтений, мотивов экономического поведения.

С трансляционной функцией экономической культуры органично связана ее селекционная функция. Ее содержание составляет выявление и отбор из унаследованных ценностей, норм, образцов поведения тех, которые в наибольшей степени соответствуют изменившимся социально-экономическим условиям и полезны, нередко необходимы для экономической деятельности в новых условиях.

Важную роль в функционировании экономической культуры выполняет инновационная функция. Ее сущность заключается в том, что по мере развития

социально-экономических процессов и возникновения новых экономических явлений социальные общности вырабатывают новые, ранее не существовавшие ценности и нормы, стандарты экономического поведения и социально-экономических отношений.

Воспроизводя в своем развитии издавна существующие ценности и нормы, обогащая повседневную жизнедеятельность людей новыми ценностями и значениями, экономическая культура выполняет вместе с тем функцию целеполагания. Она помогает человеку сформулировать социально значимые цели, сконцентрировать на них свои способности, возможности практического действия и, руководствуясь существующими в обществе ценностями и нормами, а в случае необходимости дополняя и перекрывая их новыми ценностными ориентирами, открывает перед человеком и обществом новые горизонты и возможности экономической деятельности.

Существенную роль во все времена выполняет информационная функция, особенно в нашу эпоху, когда осуществляется переход человечества к новому типу цивилизации – информационной. Она позволяет дать индивиду, социальной группе и обществу в целом достоверную, объективно верную социальную и экономическую информацию, без чего невозможна сама организация эффективной экономической деятельности.

С информационной функцией переплетается ее коммуникативная функция. Она реализуется посредством передачи, приема, осмысления информации, что имеет первостепенное значение для налаживания эффективной экономической деятельности.

Содержащаяся в системе экономической культуры диалектически развивающаяся совокупность ценностей, норм, образцов поведения задает определенные направления для мотивации их деятельности. Таким образом, выполняется мотивационная функция, осуществление которой придает экономическому поведению энергетический импульс и общую направленность, создает условия для управления этим поведением, включая его инициацию, мотивацию, организацию, смысл.

Взаимодействие названных функций позволяет экономической культуре выполнять еще одну важную функцию – мобилизующую. Она побуждает отдельных индивидов, их общности, социальные организации к определенным целенаправленным действиям, мобилизует их волю, интеллект, чувства, действия для достижения определенных социальных и экономических целей и решения вытекающих из них задач.

Социальная роль культуры выражается, прежде всего, в том, что она – основа и фактор социализации личности, интегрирующая и регулирующая сила общества. Социализация личности – это процесс формирования социальных качеств и свойств, благодаря которым человек становится дееспособным участником общественной жизни. Она охватывает все процессы коммуникации, научения, приобщения к культуре. В процессе социализации индивид усваивает социальные ценности, нормы, знания, умения, навыки, обучается социальным ролям и одновременно формируется как личность.

Механизм социализации имеет две стороны: объект и субъект. Объект социализации – это тот, на кого направлено воздействие (т. е. отдельные люди, группы людей); субъект социализации – это тот, кто осуществляет этот процесс. Субъектов социализации часто называют агентами социализации. В качестве агентов социализации могут выступать как трудовой коллектив в целом, так и его отдельные работники, руководители хозяйственных организаций и подразделений в организации, а также семья, группы сверстников, политические партии, движения и их лидеры, руководители государства, известные личности.

Принято выделять следующие этапы социализации: дотрудовая (детство, юность), трудовая (зрелость) и послетрудовая (старость).

Социализация индивида происходит в трех основных сферах: деятельность, общение, самосознание. В системе социально-экономических взаимодействий индивид осуществляет деятельность по созданию материальных и нематериальных благ, в ходе которой он так или иначе вынужден взаимодействовать, общаться с другими индивидами, социальными группами, социальными институтами, усваивать принятые в них нормы, ценности, ожидания. Он осмысливает происходящее с ним, вырабатывает свое видение ситуации, дает определение происходящего, отражает в сознании социально-экономические явления и процессы. В ходе развертывания этого сложного процесса происходит развитие личности, формирование социально значимых качеств и свойств индивида.

Труд и социально-экономические взаимодействия являются необходимым условием существования человека и общества. Труд выступает как процесс социализации, а социально-экономические взаимодействия становятся теми рамками, в которых происходит вхождение человека в различные социально-экономические, социально-профессиональные, социально-статусные и иные группы, которые характеризуются своими интересами, стратегиями взаимодействия, ритуалами, относительно закрытыми коалициями. В этих группах человек приобщается к установленному порядку, становится объектом наблюдения, контроля и воздействия других людей. В процессе экономической деятельности человек учится получать и передавать информацию, разрешать конфликтные ситуации, устанавливать связи, дозировать собственные усилия, выполнять установленные правила и предписания.

Современная цивилизованная рыночная экономика также формирует определенную культуру хозяйственной деятельности. Р. В. Рывкина выделяет характерные черты экономической культуры стран с развитой рыночной экономикой:

- 1) экономический рационализм, т. е. способность осуществлять экономические действия из соображений экономической выгоды;
- 2) высокая инновационность, т. е. способность усваивать новые модели производства, технологии, управления и т. д.;
- 3) разнообразие моделей экономического поведения на основе сочетания различных секторов, отраслей экономики и форм хозяйствования, учета территориальных и национальных особенностей;

4) высокая субъектность, возможность самореализации, влияние человеческого фактора в сфере экономики;

5) высокая культура партнерских трудовых отношений между нанимателями, наемными работниками и государством, стоящая на принципах трипартизма (социального партнерства);

6) ориентация экономических субъектов не только на групповые, но и на институциональные ценности (нравственные, гражданские, правовые), что ослабляет влияние узкогрупповых эгоистических экономических интересов;

7) высокая трудовая мораль, т. е. честность, ответственность, исполнительность, дисциплинированность, высокое качество труда;

8) правопослушность экономической культуры, т. е. следование действующим правовым нормам, их исполнение всеми участниками экономической деятельности;

9) политическая нейтральность экономической культуры, т. е. независимость от политических партий, группировок, что ослабляет ее зависимость, порой, от бурных политических потрясений.

Экономическая культура нашего общества причудливо сочетает в себе самые различные культурные слои. Она впитала в себя унаследованные элементы общинной традиции, складывавшиеся тысячелетиями: консерватизм, стремление вести хозяйственную деятельность в составе группы, «стихийный» коллективизм, боязнь действовать в одиночку, к безвозмездной помощи, апелляция к власти при экономических трудностях. В ней сохранились элементы «европейской» культурной традиции, культуры индивидуального хозяйствования на земле. Не полностью искоренена также национальная рыночная традиция – она лишь ушла в «тень» экономики. В экономической культуре сохраняется государственно-социалистическая традиция с присущими ей нормами исполнительности и беспрекословного подчинения распоряжениям «сверху», пассивность.

Эффективное развитие экономической системы зависит от укоренения таких ценностей, как высокая степень развития человека, свобода личности в рамках общепринятых юридических и нравственных норм, право на самостоятельный выбор видов и сфер хозяйственной деятельности, экономический и духовный плюрализм, предприимчивость и инновационность, отношение к труду как к долгу перед обществом и самим собой, ориентация на индивидуальную ответственность, высокие достижения в труде и деловой успех, сочетание рационализма и нравственности, высокая компетентность и профессионализм.

Вопросы для проверки и самоконтроля

1 Что такое экономическое поведение? (Дайте определение.)

2 Назовите типы экономического поведения, укажите характерные признаки каждого из этих типов.

3 Почему экономическое поведение рассматривается как вид социального действия?

4 Что представляют собой экономическое сознание и экономическое мышление?

5 Назовите основные структурные компоненты экономического мышления.

6 Какие факторы оказывают влияние на формирование экономических интересов? Какое место в структуре социальных интересов занимает экономический интерес?

7 Что такое социальный стереотип? Почему люди создают социальные стереотипы?

8 Как воздействуют на экономическое поведение эмоции?

9 Охарактеризуйте экономическое сознание и экономическое поведение в переходном обществе.

10 Что представляет собой экономическая культура? Какова ее роль в экономическом поведении?

11 Укажите и раскройте основные функции экономической культуры.

12 Раскройте содержание понятия «социализация личности».

13 Назовите характерные черты экономической культуры стран с развитой экономикой.

14 Укажите характерные черты экономической культуры российского общества.

Задания для самостоятельной работы по теме «Экономическое поведение и экономическое сознание»

1 Используя словари и учебную литературу по социологии и экономической социологии, составьте словарь по теме и запишите в рабочую тетрадь содержание следующих понятий: *экономическое поведение, экономическое сознание, экономическое мышление, эмоции, экономическая культура, социализация.*

2 Применяя теорию социального действия М. Вебера, объясните сущность экономического поведения.

3 Проанализируйте основные компоненты экономического мышления: экономические интересы, социальные стереотипы, психоэмоциональные качества индивида, экономическая культура. Каким образом каждый из них воздействует на экономическое поведение?

4 Каково состояние экономического сознания и экономического поведения в обществе переходного типа?

Тематика рефератов

1 Экономическое поведение в трансформирующемся обществе.

2 Девиантное поведение в сфере экономики и его виды.

3 Экономическая культура рыночной экономики.

4 Неформальная экономика

Словарь ключевых терминов

Адаптация социальная – приспособление личности или социальной группы к общественной среде, в ходе которого согласовываются требования и ожидания участвующих в нем субъектов.

Анкета – упорядоченный по содержанию, последовательности и форме набор вопросов, предназначенный для сбора эмпирической информации на основе письменных ответов опрашиваемых по исследуемой проблеме.

Выборочная совокупность (выборка) – совокупность единиц исследования, строго отражающая все социально значимые характеристики генеральной совокупности.

Генеральная совокупность – весь объект социологического исследования (в отличие от выборки), группа, из которой будет произведена выборка.

Действие социальное – осознанное действие человека, обычно вызываемое его потребностями, находящееся в связи с действиями другого или других людей, сориентированное на действия других, воздействующее на них и, в свою очередь, испытывающее влияние поведения других.

Интервью – вид опроса, представляющий собой непосредственное вербальное взаимодействие исследователя с респондентом, устный опрос.

Интериоризация – процесс включения социальных норм и ценностей во внутренний мир человека, в его внутреннее «Я».

Контент-анализ – метод количественного изучения содержания социальной информации. В процессе контент-анализа осуществляется подсчет того, как представлены те или иные интересующие исследователя явления или процессы, их свойства, черты или характеристики в определенном объеме социальной информации. В ходе контент-анализа учитывается частота упоминаний объекта исследования, объем, размер информации о нем и т. д.

Наблюдение – метод социологического исследования и получения информации путем прямой и непосредственной регистрации событий и условий их протекания.

Норма социальная – конкретный образец, стандарт поведения, регулирующий действия людей и общественную жизнь в соответствии определенной культуры.

Опрос – метод сбора первичной информации посредством устного или письменного обращения исследователя к респондентам с вопросами, ответы на которые составляют искомую информацию.

Респондент – тот, кто отвечает на вопросы анкеты, у кого берут интервью.

Репрезентативность – свойство выборочной совокупности воспроизводить все свойства генеральной совокупности.

Символ – понятие, действие или предмет, заменяющее другое понятие, действие или предмет и выражающее его смысл; это многозначные образы, с помощью которых человек определяет свое место или группы в хозяйственном процессе (товарный знак, торговая марка, эмблема предприятия и т. п.).

Социализация – процесс усвоения индивидом на протяжении его жизни социокультурных норм и ценностей, способов и навыков социальных взаимодействий того общества, к которому он принадлежит.

Социальная сфера общества – это область отношений между группами, занимающими разное социально-экономическое положение в обществе, в первую очередь различающимися ролью в общественной организации труда, отношением к средствам производства, источниками и размерами получаемой доли общественного богатства.

Социальный механизм развития экономики – система взаимодействий социально-экономических групп в сфере экономики, регулируемая исторически сложившимися в данном обществе типом культуры, системой управления, социальной структурой общества.

Стереотип социальный – упрощенное, схематическое представление (образ) о каком-либо социальном явлении или процессе, часто имеющее эмоциональную окраску.

Факт социальный – единичное общественно значимое событие или некоторая совокупность однородных событий, характерных для той или иной сферы общества или социальной ситуации.

Ценности – более или менее распространенные убеждения людей по поводу целей, к которым люди должны стремиться, и основных средств их достижения.

Экономическая культура – совокупность профессиональных знаний, навыков, хозяйственных ролей, норм, ценностей и символов, необходимых для осуществления экономической деятельности.

Экономическая сфера общества – целостная подсистема общества, ответственная за производство, распределение, обмен и потребление различных благ и услуг, необходимых для жизнедеятельности общества.

Экономические интересы – категория для обозначения коренных причин, побуждающих участников экономических отношений к конкретной деятельности, это выражение потребностей общества, социальной группы или общности, служащих причиной источником, мотивом экономических действий.

Экономическое мышление – эмпирический уровень экономического сознания, включающий взгляды и представления, порожденные практическим опытом людей.

Экономическое поведение – система социальных действий, которые, во-первых, связаны с использованием различных экономических ценностей (ресурсов) и, во-вторых, ориентированы на получение пользы, выгоды, прибыли от их обращения; выбираемый человеком способ зарабатывания денег.

Экономическое сознание – совокупность взглядов, идей, представлений, отражающих экономическую действительность и экономические отношения преимущественно в эмоциональной форме.

Эксперимент социологический – метод получения информации о социальном объекте в результате воздействия на него специально вводимых переменных.

Эмоции – это комплекс психофизиологических процессов, целостная реакция индивида, отражающая его отношение к объекту восприятия, возникающая, как правило, в ситуации неопределенности.

Список литературы

1 **Бабосов, Е. М.** Прикладная социология / Е. М. Бабосов. – Минск: ТетраСистемс, 2000. – 496 с.

2 **Бабосов, Е. М.** Экономическая социология. Вопросы и ответы / Е. М. Бабосов. – Минск: ТетраСистемс, 2004. – 224 с.

3 **Канашевич, Н. М.** Экономическая социология: курс лекций / Н. М. Канашевич. – Могилев: МГУ им. А. А. Кулешова, 2009. – 200 с.

4 **Кобяк, О. В.** Экономическая социология / О. В. Кобяк. – Минск: ФУАинформ, 2002. – 196 с.

5 **Радаев, В. В.** Экономическая социология: курс лекций / В. В. Радаев. – Москва: Аспект-Пресс, 2000. – 368 с.

6 **Соколова, Г. Н.** Экономическая социология / Г. Н. Соколова. – Минск: Вышэйшая школа, 2013. – 384 с.

7 **Соколова, Г. Н.** Экономическая социология: курс лекций / Г. Н. Соколова, О. В. Кобяк. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2005. – 188 с.