

Библиографические ссылки

1. Маркс К. Энгельс Ф. Капитал. Критика политической экономии. Том первый. Собр. соч., изд. 2, т. 23.
2. Дули Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя. Минск: Пупурри, 2021. 336 с.
3. Клепиков О., Чернова М. Демистификация нейромаркетинга [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/columns/trandinmarketing/2010/0002/> (дата обращения: 27.09.2022).
4. Дершень В. Инструменты нейромаркетинга: проблемы и перспектив [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-neyromarketinga-problemy-i-perspektivy>. (дата доступа: 27.09.2022).
5. Фарахутдинов Ш.Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях: учебное пособие. Москва: ИНФА-М., 2021. 231 с.

МОНЕТАРНОЕ МЫШЛЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ КНР

Чжао Юаньлун

*Белорусский государственный университет,
Ул. Кальварийская, 9, 220004, Минск, Беларусь
z.bestdragon5@gmail.com*

Научный руководитель – Филинская Л. В., кандидат философских, доцент кафедры социологии

В статье анализируются особенности монетарного мышления студенческой молодежи Китайской Народной Республики. Результаты онлайн-опроса китайских студентов БГУ, проведенного в феврале-апреле 2022 г., позволяют проанализировать отношение юношей и девушек к деньгам как объекту социальной действительности, место денег в системе жизненных ценностей, удовлетворенность своим уровнем дохода, а также ответить на вопрос является высокий уровень дохода залогом счастливой жизни.

Ключевые слова: монетарное мышление; студенческая молодежь; денежные отношения; индивидуалистические настроения.

Рассматривая монетарное мышление и монетарное поведение китайских граждан, преимущественно молодежи, в том числе, студенческой, следует

отметить, что они лавируют между такими крайностями, как расточительство, бережливость и скупость. Деньги для него являются ключом, который открывает все двери, ибо, в его понимании, нет таких проблем, которые они не могли бы решить. Однако одного наличия денег недостаточно, необходимо еще уметь ими распоряжаться. Так, денежный долг нельзя прощать и самому нельзя их задерживать. Иногда деньги выражают плату за честность, что является очень символичным в культурном аспекте.

Скупость и корыстолюбие китайцы не одобряют и часто высмеивают. Вместе с тем, состоятельные люди нисколько не осуждаются китайцами, наоборот, они наделяются особым статусом, ибо такие люди имеют больше возможностей для достижения своих целей, именно поэтому и вызывают огромное восхищение [1, с. 99].

В настоящее время социологи фиксируют в китайском обществе рост индивидуалистических настроений, «материалистического ориентацию» (лишь 4% опрошенных готовы, как во времена маоизма, «не думать о себе и все отдавать на благо общества», зато более двух третей населения, включая молодежь, хотят иметь как можно больше денег), допущение соперничества (конкуренции), стремление к успеху, культ потребления. Даже в деревне повсеместным украшением жилища сделался календарь с изображением божества денег. Эти сдвиги в сознании в значительной мере стимулировались самой властью, когда в начале экономических реформ Дэн Сяопин выдвинул лозунг «обогащайтесь» [2, с. 78].

У китайских народов существует такое представление, что деньги должны служить человеку, а не человек – деньгам [3, с. 169]. При этом большинство людей по-прежнему предпочитает не демонстрировать собственное благосостояние. Кто-то любит приbedняться, а кто-то оставаться в тени.

Вместе с тем, деньги для китайцев – не только возможность покупать товары и услуги. В китайском обществе широко распространено представление о важности социального статуса. Статуса, который можно приобрести, опять же, за деньги. Именно поэтому успешность в представлении китайцев ассоциируется прежде всего с деньгами и материальными ценностями [4].

Китайцы сверхбережливы, экономны. При этом они отрицают богатство как главную ценность в жизни, деньги приносят пользу тогда, когда ты их

тратишь для достижения цели, а не просто делаешь огромные накопления [1, с. 98].

Монетарное мышление можно определить как систему представлений, сформировавшихся у индивида в результате его участия в денежных отношениях и определяющих характер его монетарного поведения.

Рассмотрим несколько компонентов монетарного мышления:

- отношение индивида к деньгам как объекту социальной действительности;
- место денег в системе жизненных ценностей;
- удовлетворенность индивида своим уровнем дохода и готовность изменить свое материальное положение.

Проанализируем представленные компоненты монетарного мышления студенческой молодежи КНР⁶.

В ходе исследования студентам был задан вопрос «С чем у Вас ассоциируются деньги?». Предложены 8 ассоциаций относительно денег, вариант ответа мог быть только один. Результаты опроса показали, что для студентов КНР деньги – это, прежде всего, свобода (так ответили 31,3 % студентов), социальный статус и безопасность оказались одинаково значимы (эти ассоциации отметили по 24,3 % респондентов), 11,3% опрошенных указали, что деньги связаны с возможностями, 6,1% - заявили, что деньги – это власть, а 2,6% - самоуважение.

Типы отношений студентов к деньгам:⁷

1 группа – *Представление о неограниченной функциональности денег*: «Даже плохой поступок можно оправдать за деньги» (3,5%), «Нет ничего ценнее денег» (16,5%), «Деньги помогают наладить хорошие взаимоотношения с людьми» (63,5%), «С помощью денег можно добиться любой цели» (29,5%);

⁶ В 2022 году среди китайских студентов первого курса факультета международных отношений (специальность «мировая экономика») и экономического факультета Белорусского государственного университета был проведен онлайн-опрос (Google форма), Объем выборочной совокупности составил 132 человека.

⁷ В инструментарий был включен вопрос «В какой степени Вы согласны/не согласны с перечисленными суждениями», использовалась 4-х балльная шкала «полностью согласен», «скорее согласен», «скорее не согласен», «полностью не согласен».

2 группа – *Представление об ограниченной функциональности денег:* «Есть такие вещи, которые нельзя купить за деньги» (94,8%), «Не в деньгах счастье» (53,9%);

3 группа – *Представление о деньгах как источнике проблем:* «Деньги – это большое испытание для человека» (91,3%), «Из-за денег много проблем» (76,5%), «Деньги портят отношения с близкими людьми» (23,5%), «Деньги – это источник зла и конфликтов» (44,4%).

Большинство людей думают, что функция денег ограничена, и лишь немногие думают, что функция денег безгранична. Многие китайские студенты думают, что за деньги нельзя купить здоровье, время и эмоции. Разные люди по-разному относятся к тому, что деньги могут являться основной причиной жизненных проблем. Поскольку разные люди живут в разной среде и имеют разный экономический уровень, их отношение к деньгам не совсем одинаково.

Важно также рассмотреть вопрос о том, является ли для студентов КНР высокий уровень дохода залогом счастливой жизни. Полученные данные свидетельствуют, что 19,1 % китайских юношей и девушек считают, что деньги являются главным условием счастливой жизни, почти половина (48,7%) согласны с тем, что деньги – это одно из ее составных частей. Материальный достаток важен, но не обязателен для счастливой жизни для 31,3% респондентов и только 0,9% участников опроса заявили: чтобы быть счастливым, не нужно иметь высокий уровень дохода.

Средняя оценка удовлетворенности студентов БГУ из Китая своим нынешним уровнем дохода по 10-балльной шкале составляет 4,7 балла.

В Китае на высоком уровне развита материальная культура, забота о материальной стороне жизни. Деньги для китайской нации всегда будут играть огромную роль, в связи с чем изучения монетарного мышления китайских граждан, в частности, студенческой молодежи, составляет особый интерес.

Библиографические ссылки

1. Лугинина А.Ю. Концепт «деньги» в китайской культуре (на материале китайских фразеологизмов) // Китай: история и современность: материалы XI международной научно-практической конференции Екатеринбург, 18–20 октября 2017 г. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2018. С. 95 – 100.

2. Непомнин О.Е. Китайские циклы и модернизация // Китайская цивилизация в глобализирующемся мире. По материалам конференции. В 2-х тт. / Отв. ред. В.Г. Хорос. Москва: ИМЭМО РАН, 2014. С. 73 – 100.

3. Ли Ли Концепт «деньги» в китайской и русской пословицах // Ученые заметки ТОГУ. 2017. № 1 (2). С. 164 – 170.

4. Любовь к деньгам в Китае [Электронный ресурс] / FBANHELP Co. Limited. URL: <https://ru.fba.help/blog/kitaitskiy-mentalitet/ljubov-k-dengam-v-kitae/>. (дата обращения: 05.10.2022).

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕЛИГИОЗНОГО ПОЛЯ БЕЛАРУСИ

Е.В. Шкурова

ГНУ «Институт социологии Национальной академии наук Беларуси»

Ул. Сурганова 1/2, 220072, Минск, Беларусь

vogel_82@mail.ru

В статье представлены результаты социологического исследования населения Беларуси, на основе которого описаны социально-демографические и региональные характеристики религиозной ситуации в Беларуси. Оценивается специфика мировоззренческой и конфессиональной идентификации жителей страны в зависимости от социально-демографических и региональных особенностей.

Ключевые слова: *религия; религиозность; религиозно-мировоззренческий тип; конфессиональная идентификация; социально-демографические характеристики.*

Современная религиозная ситуация в Беларуси характеризуется переходом религии и религиозности в поле качественных трансформаций, что актуализирует вопрос об отслеживании изменений религиозной сферы. Отдельным аспектом, характеризующим состояние религиозной среды, является социально-демографический профиль последователей конфессий.

О некоторой специфике религиозного поля можно судить на основании данных социологических исследований, характеризующих особенности вовлеченности населения в религию, в качестве параметров которой традиционно используются самоотнесение к определенному религиозно-