IMPACTUL BANILOR ASUPRA COMPORTAMENTULUI UMAN

Angela ZELENSCHI

Natura banilor şi rolul lor în societate reprezintă un subiect amplu discutat în mediile academice. În viziunea economiştilor banii reprezintă un instrument social, general acceptat, de măsurare şi comparare a schimburilor, de mijlocire directă şi indirectă a acestora, de transferare a drepturilor de proprietate de la o persoană la alta. Complexitatea relaţiilor băneşti a făcut necesară constituirea de sisteme monetare. Prin sistem monetar se înţelege ansamblul normelor legale şi a instituţiilor care reglementează, organizează şi supraveghează relaţiile băneşti dintr-un stat.

Antropologii au considerat tema banilor şi cea a formării preţurilor ca fiind exclusiv domeniul economiştilor o lungă perioadă de timp. Importanţa, originalitatea şi diversitatea fenomenelor monetare în societăţile primitive au fost relevate în lucrările lui Franz Boas, care descrie instituţia *potlatch* - ului, obicei specific populaţiilor indiene de pe coasta de nord-vest a Americii, o ceremonie în timpul căreia un bărbat îşi împarte bunurile. Distribuirea bunurilor nu are nimic în comun cu darurile altruiste, odată ce bunurile oferite trebuiau returnate într-un fel sau altul. Uneori are loc distrugerea voluntară a bunurilor, care au făcut prestigiul rivalilor, doar pentru a-i umili pe aceştia. Şefii sunt angajaţi astfel în teribile lupte de prestigiu [1; p.126-127].

Un schimb, repetat la nesfârşit, care se bazează în bună parte pe onoare şi încredere este descris de către Bronislaw Malinowski. Sistemul *kula* se referă la circulaţia monedelor ceremoniale la populaţiile din Melanezia. Bunurile schimbate nu au utilitate practică, fiind „bunuri de prestigiu”. Nimeni nu păstrează aceste bunuri decât o anumită perioada de timp: un bun primit trebuie, în mod obligatoriu dat, donat după ceva vreme. Schimbul între parteneri trebuie să aibă loc toata viaţa: este vorba de o alianţă care uneşte două persoane. Cei doi parteneri respectă o serie de obligaţiuni şi datorii. Este o reţea de alianţe şi de influenţe, oamenii cei mai puternici sunt cei care au mai mulţi parteneri [2; p.185].

În lucrarea sa, „Eseu despre dar”, Marcel Mauss îşi propune să explice natura schimbului în societăţile primitive, examinând sistemele de servicii şi contraservicii în care circulă bunuri, materiale şi imateriale, obiecte sau persoane. Motorul acestor fenomene este reciprocitatea: orice dăruire cere

neapărat o dăruire în schimb. Darul – replică este decalat în timp în raport cu darul inițial. Schimbul este determinat social şi reprezintă o combinaţie dintre trei obligaţiuni: de a da, de a primi şi de a înapoia. Mauss revendică dreptul de a utiliza noţiunea de „monedă" cu referire la societăţile primitive. Salbele de scoici din Melanezia îndeplinesc la fel de bine, după părerea lui, funcţiile atribuite oricărei monede: rezervă de valoare; etalon de măsură; mijloc de schimb.

Misiunea banilor nu constă doar în simplificarea relaţiilor comerciale şi dezvoltarea economiei de piaţă orientată spre acumularea de profit. Banii se definesc şi prin raportarea la semnele de valoare – bani-simbol. Putem vorbi despre o valoare reală a banilor atunci când ei există sub forma unor metale preţioase. Banii de hârtie au doar o valoare nominală, transformându-se în simbol, în purtător al informaţiei. Valoarea lor derivă din conţinutul unui proces social. În ultimele decenii au apărut banii virtuali, care depăşesc cu mult ceea ce s-ar putea numi bani reali.

Având în vedere cum se obţin banii de către posesorii lor, şi anume dând în schimb bunuri sau servicii, forţa de muncă, banii au fost şi sunt titluri de creanţă impersonală. Banii sunt deasupra faptului că materialul din care sunt confecţionaţi are sau nu are valoare de schimb intrinsecă. În suportul material care o atestă, creanţa impersonală se exprimă în unităţi de calcul nominale, ca de exemplu, kilograme de orez, metri de pânză, număr de perle, dolari, lei etc. Dând bani, se dă împreună cu materialul din care sunt confecţionaţi, cantitatea de creanţă la care ei au dreptul. Când plătim o sumă de bani ca impozit, transferăm o cantitate de creanţă impersonală asupra autorităţii publice, fără ca aceasta să fie marfă, cu excepţia cazului când o schimbăm, prin comensurare, cu altceva.

Există mai multe tipuri de bani, precum: bani de metal, bani de hârtie, bani electronici, bani de cont, bani scripturali, bani de credit, valută, bani cu valoare intrinsecă, bani materiali, bani imateriali, bani fiduciari, în funcţie de materialele din care sunt confecţionaţi, de gradul lor de acceptare între partenerii de afaceri, de funcţiile pe care le îndeplinesc etc. Banii cu valoare de schimb intrinsecă, precum vitele, cuburile de sare sau metalele preţioase, au circulat la valoarea de schimb a materialului din care erau confecţionaţi. Banii cu valoare de schimb extrinsecă sunt de obicei o bucată de pleu,de hârtie sau de plastic folosită ca mijloc de schimb al mărfurilor. În privinţa mărfii-bani, omenirea este dominată de ceea ce au fost odată banii, adică un bun obiectual care îndeplinea rolul de echivalent al valorii de schimb a celorlalte mărfuri. Aceşti bani aveau un preţ de consum, în cazul în care

stăpânul nu-şi putea găsi un partener de schimb le putea consuma singur. În opoziţie cu marfa-bani, semnele-bani se consideră a fi bucăţile de pleu, hârtie sau plastic care îţi trăgeau numele de la una sau alta dintre mărfurile-bani pe care o înlocuiam în circulaţie, iar ca putere de cumpărare de la toate mărfurile care pot fi procurate cu ele. Primii bani – marfă naturală-bani, au fost exemplare dintr-o anumită marfă, ca obiect cu valoare de întrebuinţare specială: vita, perlele, pieile etc. Cu timpul acest tip de bani s-a dovedit a fi o dificultate prea mare pentru un schimb echivalent de mărfuri. Astfel s-a trecut la etalonarea mărfii-bani. Au apărut primele monede. De la monedele de altădată, confecţionate dintr-un metal preţios, s-a ajuns la monede confecţionate din metale ordinare, apoi la cei din hârtie, plastic. Din punctul de vedere al locului în care se află la moment banii pot fi: la purtător şi bani în cont. Banii în cont sunt de regulă bancnotele şi monedele metalice cu care ne prezentăm la ghişeul unei bănci şi le depozităm – contul bancar. După emitentul banilor care circulă într-un anumit teritoriu, distingem: bani proprii şi bani străini. La rândul lor, banii proprii au ajuns să fie: naţionali şi comunitari. Banii naţionali sunt banii cu putere liberatorie în interiorul graniţelor unei ţări, care sunt puşi în circulaţie de autoritatea monetară a acelei ţări. Banii comunitari sunt banii care au putere liberatorie în mai multe ţări, cum ar fi euro şi dolarul american. Banii străini sunt banii care circulă pe teritoriul unei ţări, dar sunt emişi de alte ţări, din care ajung aici pe calea micului trafic de frontieră, a turismului, a împrumutului. În pofida marii lor diversităţi, oamenii au schimbat şi schimbă bani între ei, în mod oficial sau particular. Banii care se schimbă între ei sunt bani convertibili, în opoziţie cu care ceilalţi bani, care nu se schimbă cu alţi bani, sunt bani neconvertibili. La un moment dat, banii există în buzunar, sau să zicem în minte; prima este o existenţă reală, a doua este o existenţă ireală sau ideală. Banii ireali au servit şi servesc la exprimarea mărimii valorii celorlalte mărfuri, la stabilirea preţurilor. Tot mai detaşaţi de încarnările materiale, banii se schimbă pe parcursul istoriei, trecând prin stadii de la cel total tangibil până la cel simbolic şi actualmente la forma „suprasimbolică”.

Sub aspect antropologic se prezintă mult mai important coraportul dintre bani, utilizarea lor şi stabilirea încrederii, atât de necesară în menţinerea sistemelor pieţei. Primii bani de hârtie sau banii simbolici au apărut în Europa în secolul al XVII-lea. Aproape concomitent apar conturile depozitare şi bancnotele. Unul dintre motivele apariţiei banilor de hârtie a fost deficitul de metale preţioase. Un alt motiv consta în creşterea necesităţilor statului şi ale conducătorilor într-o cantitate mai mare de bani

pentru satisfacerea cerinţelor crescânde atât ale persoanelor fizice, cât şi ale statelor. În perioada mercantilismului s-a propus un mod de majorare a masei monetare în circulaţie. Bancnotele introduse pe piaţă trebuiau să funcţioneze fără depozite ale persoanelor fizice şi să aibă o circulaţie generală pe teritoriul unui stat. Bancnotele puteau fi schimbate oricând, în orice bancă, pe bani cu valoare deplină. În anul 1718 a fost creată Banca de Stat Franceză. Câţiva ani mai târziu statul francez emite o cantitate majorată şi neîntemeiată a banilor de hârtie. Acest sistem a funcţionat până în momentul în care cerinţa de a schimba banii de hârtie pe bani cu valoare deplină rămânea doar ipotetic o situaţie posibilă, condiţia de bază fiind încrederea populaţiei în solvabilitatea băncii. Emiterea excesivă a banilor de hârtie a condus la devalorizarea acestora. Banca de Stat Franceză a fost nevoită să anunţe falimentul [8; p.76-77]. O situaţie similară o vedem la etapa actuală, când are lor falimentul unora dintre cele mai mari bănci din lume. Şi astăzi, procesul de echilibru al ofertei monetare rămâne a fi una dintre problemele principale ale economiştilor.

Faptul că statul joacă un rol-cheie în structurarea pieţelor este o temă favorită a ultimelor studii. Se arată că anumiţi actori încearcă să-şi îmbunătăţească poziţia pe piaţă utilizând statul. Manipulând dreptul de proprietate, statul poate influenţa modul în care funcţionează o piaţă. De asemenea, diferite organizaţii ale statului reglementează pieţele şi, ca urmare, menţin „ordinea morală" şi încrederea într-un sistem economic ca întreg.

Societatea capitalistă modernă se caracterizează prin patru tipuri principale de piaţă: cea financiară, cea a consumului de masă, cea a forţei de muncă şi piaţa industrială. Aceste pieţe s-au dezvoltat mai întâi în SUA şi unele ţări europene în secolul al XIX-lea, dar apoi, în măsuri diferite, au ajuns să caracterizeze majoritatea ţărilor. Economia de piaţă, definită ca economie în care majoritatea activităţilor se orientează spre vânzarea pe piaţă, a devenit tot mai prezentă, mai întâi cu un caracter naţional, iar apoi internaţional. Un economist poate recunoaşte că valorile unei societăţi şi guvernul său sunt necesare pentru funcţionarea pieţelor, inclusiv a celor financiare, însă teoria economică nu studiază condiţiile specifice prin care sistemul politic şi cel cultural protejează piaţa.

Competiţia este un subsistem plasat într-un context social care conţine valori, relaţii de putere şi sociale. Presiunile instituţionale fac ca organizaţiile să imite, în mod iraţional, organizaţiile dominante din domeniu. Acest conformism poate, în anumite condiţii, maximiza accesul la pieţele de capital.

Economia priveşte acţiunea economică ca un schimb între egali, şi de aici dificultatea de a incorpora dimensiunile puterii. Este adevărat că economiştii au o lungă tradiţie în analizarea concurenţei imperfecte, în care puterea de a controla preţurile şi vânzările este ingredientul de bază. Însă conceptul economic de putere este mai îngust decât cel sociologic, care include exercitarea sa în contextul social.

Într-un studiu recent asupra puterii în sistemul bancar, se arată cum băncile intervin în cadrul deciziilor firmelor, impunând adesea realizarea unor megaoperaţiuni, ca fuziunile sau achiziţiile altor firme. Forţele care intervin pe piaţă nu provin doar din domeniul politic, ci sunt generate şi de puternici actori economici care utilizează atât mijloace intra-economice, cum sunt manevrarea preţurilor pentru a bloca intrarea concurenţilor sau a obţine controlul asupra unei firme, cât şi prin mijloace politice, de exemplu - lobby pentru a obţine anumite reglementări.

Pentru a-şi asigura stabilitatea şi creşterea, fiecare companie transmite şi primeşte mesaje. Comunicarea financiară este orientată spre acţionari şi investitori. Misiunea sa este consolidarea valorii în bursă şi credibilitatea în faţa acţionarilor, promovarea imaginii globale a companiei pe pieţele financiare. Pe piaţa financiară, companiile cotate la bursă nu mai vând produse şi servicii, ci vând propria lor valoare, se „vând" pe ele însele. „Produsele" pe care le promovează şi vinde compania pe această piaţă sunt titluri sau hârtii de valoare, numite generic acţiuni. Pe această piaţă foarte specială, compania pe acţiuni trebuie să-i convingă pe investitori să cumpere şi pe acţionarii deja existenţi să-şi păstreze acţiunile şi titlurile pe care ea le-a emis. Argumentul său este potenţialul de profit, oferit ca dividend, comunicat prin informaţiile transmise către piaţa financiară.

Un alt aspect îl reprezintă banii ca motivator în comportamentul organizaţional. Banii pe care îi primesc salariaţii în schimbul apartenenţei la organizaţie au un efect motivaţional asupra lor, deoarece pot fi schimbaţi pe alimente, adăpost, alte bunuri şi servicii prin care sunt realizate nevoile umane. O creştere de salariu, o primă poate semnifica faptul că şeful are grijă de tine, îţi acordă prestigiu printre prieteni sau în familie şi îţi face cunoscută competenţa ca lucrător. Astfel, în conformitate cu teoria ierarhiei nevoilor umane, elaborată de către A. Maslow, salariul are capacitatea de a satisface o diversitate de nevoi de la cele primare – fiziologice, de securitate, la cele secundare – de afiliere, stimă şi autorealizare. Câştigul, recunoaşterea din partea celorlalţi, posibilitatea de promovare reprezintă importanţi factori motivaţionali. Acţiunea salariului asupra comportamentului în muncă este

diferită de la o persoană la alta, intervine pragul de aşteptare: unii sunt convinşi că merită un salariu foarte mare şi nu muncesc decât dacă obţin acest salariu, alţii se mulţumesc cu un salariu mai mic. Rolul salariului ca factor motivator este cu atât mai important într-o întreprindere cu cât nivelul general al salariilor dintr-o economie este mai redus. Atunci când salariul este insuficient pentru acoperirea nevoilor de bază ale oamenilor, salariul devine cel mai important factor care determină comportamentul indivizilor în raport cu întreprinderile.

În cadrul comportamentului familial, impactul banilor de buzunar asupra dezvoltării caracterului copiilor sau rolul motivator al banilor în determinarea copilului să realizeze anumite acţiuni mai puţin plăcute pentru el, dar instructive, sunt la fel de interesante. De asemenea, conflictele între soţul salariat şi soţia casnică pot fi văzute ca o reflectare a balanţei puterii în relaţiile care rezultă din posesia inegală a banilor.

Unii autori menţionează rolul banilor în răspândirea unor religii, atât în sens pragmatic, afirmând că doar religiile cu forţă financiară au putut susţine misionarii pe arii întinse, cât şi în cadrul ideologiilor acestora, de exemplu sărăcia propovăduită de franciscani sau interzicerea perceperii dobânzii de către musulmani, aceasta fiind o temă ce duce la nenumărate interpretări.

Banii creează probleme atunci când lipsesc, dar şi atunci când sunt prezenţi. Se creează iluzia că noi îi administrăm în mod raţional, însă adesea nu observăm impactul lor efectiv asupra comportamentului nostru. De exemplu, un produs afişat la preţul 9,99 lei, participă la procesarea informaţiei şi la decizia de a alege produsul, deoarece terminaţia „9” pare să inducă o subevaluare a preţului real. Omul „face” banii, iar banii „îl fac” pe om. Banii aduc fericirea, sau banii nu aduc fericirea? Banii pot influenţa asupra destinului, atât a unui individ, cât şi a unui popor, formează modul de gândire şi de acţiune, modul de existenţă a unui grup uman.

Bibliografie:

Deliège R., *O istorie a antropologiei*. Chişinău, 2007.

Gèraud M.O., Leservoisier O., Pottier R., *Noţiunile – cheie ale etnologiei*. Iaşi, 2001.

Gluch R.A., *Den`gi, torgovlja i rynki v amerikanskoj ėkonomičeskoj antropologii*, in: Vestnik Moskovskogo Universiteta. Ser. 6. Ėkonomika, 2004, Nr.6, c. 44 – 57.

Marian V., *Introducere în economie bănească şi de credit*. Bucureşti, 2010.

Mauss M., *Eseu despre dar*. Iaşi, 1993.

Susokolov A.A., *Kul`tura i obmen. Vvedenie v ėkonomičeskuju antropologiju*. Moskva, 2006.

Šrader H., *Ėkonomičeskaja antropologija*, SPb., 1999.

Zaiţ D., *Management intercultural: valorizarea diferenţelor culturale*. Bucureşti, 2002.