

УДК 330.163.1

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИМВОЛИЧЕСКИХ БЛАГ

А.Н. СУХАРЕВ,

*доктор экономических наук,
профессор кафедры конституционного,
административного и таможенного права*

E-mail: su500005@yandex.ru

Тверской государственный университет

В статье рассмотрены сущность и механизм функционирования символических благ, их виды, функции, свойства, структура. Выделены социальная, коммуникативная, утилитарная, координирующая и распределительная функции символических благ. Отмечено, что эти блага обеспечивают получение индивидами большего социального статуса, структурируют общественное поведение и устанавливают субординацию между индивидами. Также они могут выступать средством присвоения общественного продукта и пр. Символические блага обладают двумя важнейшими свойствами: общественной значимостью и условной избыточностью (условной ненужности).

Показаны роль и значение символических благ в экономике, раскрыт механизм функционирования символического капитала. Выделены материальные и нематериальные символические блага, потребительские, инвестиционные и смешанные символические блага, отчуждаемые (обмениваемые) и неотчуждаемые символические блага. Обозначена проблема перепроизводства символических благ и функционирования символов — институциональных ловушек.

Подчеркнуто, что общество, производя символические блага, производит и воспроизводит институты определенного рода. Символическая экономика — это система экономических отношений, возникающая в процессе создания, обмена, распределения и потребления (функционирования) символических благ. Производство символических благ может быть связано с созданием ренты (символьная рента).

Раскрыты сущность и содержание экономического символического капитала. Экономический символический капитал постоянно воспроизводит адекватные экономические отношения (институты), обеспечивающие функционирование воспроизводящей производственной системы. Накопление такого капитала способствует повышению эффективности общественного экономического механизма и выступает фактором социально-экономического развития.

Сделан вывод, что символические блага составляют особую категорию благ, которые имеют свой смысл только в обществе и не удовлетворяют необходимых жизненных потребностей индивидов. Однако без этих благ невозможно существование общества в силу выполняемых ими функций.

Ключевые слова: *символы, символические блага, экономика символов, символический капитал, культ, обмен, полезность, символная рента*

В экономической теории под благом принято понимать все то, что обеспечивает индивидам удовлетворение потребностей. При этом блага принято подразделять на следующие виды:

- даровые и редкие;
- материальные и нематериальные;
- первой необходимости и роскоши;
- рыночные и нерыночные;
- конкурентные и неконкурентные;
- с исключаемым и с неисключаемым доступом;

- частные;
- коллективные;
- клубные;
- общественные;
- квазиобщественные и т.д.

Многообразие благ усложняет механизм функционирования экономики и понимание сути происходящих в ней процессов, явлений и феноменов.

Поскольку в экономической науке практически не исследованными остаются символические блага, они заслуживают особого рассмотрения. Экономическая история показывает, что общество не может обойтись без этих благ: они внутренне присущи любой экономической системе, и у индивидов есть некая глубинная потребность в них. Хотя, с другой стороны, общество могло бы и отвергнуть их, направив экономические ресурсы на производство более «нужных» ему благ.

Символические блага можно подразделить на материальные символические блага и нематериальные символические блага. В материальных символических благах условно можно выделить две компоненты:

- обычное благо, непосредственно предназначенное для удовлетворения потребностей (функциональная потребность);
- символы, также выступающие в виде блага для потребителя в виде получения престижа, формирования авторитета и прочих преимуществ от обладания таким благом (символическая полезность) (рис. 1).

Поэтому стоимость символических благ складывается из двух компонент:

- стоимости блага как обычного товара;
- «стоимости» символа.

Последняя компонента в цене символического блага может наиболее существенной.

В нематериальных символических благах сами символы существуют как бы в чистой форме. Примером может быть наличие у индивидов ученых регалий (ученых степеней и ученых званий), профессиональных званий, титулов и т.п.

Под символом понимают знак чего-либо или условное выражение чего-либо. Символы могут принимать форму слов, звуков, жестов и др. и используются для передачи каких-либо идей, убеждений или

информации. Символ в неразвернутой форме характеризует то, что он представляет собой. В обществе символы становятся институтами и структурируют социальное поведение, формируя адекватные механизмы. Без символов как институтов оказывается невозможным существование современного общества. Важность символического в жизни общества наиболее ярко представлена в художественном фильме «Кин-дза-дза» (1986 г.), снятом по сценарию Р. Габриадзе и Г. Данелия (особенно характерен пассаж одного из героев о цветовой дифференциации штанов на планете Плюк: по его мнению, общество, лишенное подобной дифференциации, не имеет смысла).

Символы глубоко присущи человеческому обществу. Их можно считать неким праязыком, который предшествовал возникновению речи и письменности. Символы являются дописьменными знаками, с помощью которых осуществлялась и осуществляется «коммуникация» между индивидами. Роль символов в бытии общества настолько высока, что индивиды, чтобы улучшить свои позиции и статус в обществе, предъявляют на них спрос. Это связано с тем, что, обладая символами, индивиды способны улучшить свое психологическое самочувствие и повысить благосостояние. Спрос на символы представляет собой «спрос на социальный статус», который может обеспечить больший доступ индивидов к благам.

Символические блага — это скорее относительная, а не абсолютная категория. Чаще можно говорить о степени символичности тех или иных благ, чем о том, символические это блага или нет. Это связано с тем, что многие товары покупаются одновременно для получения тех или иных символов, без учета их функциональной полезности. Исследователи А.В. Бузгалин и А.И. Колганов символические блага называют товарами-симулякрами,

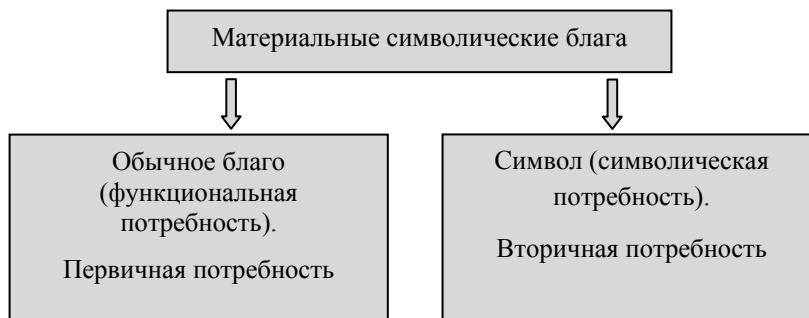


Рис. 1. Структурно-логическая схема двойственности материального символического блага

которые представляют собой «превратные формы» и фетиши. По их мнению, в современном мире происходит экспансия таких товаров.

Символические блага выполняют следующие функции:

1) социальную — получение большего статуса в обществе из-за обладания символическими благами;

2) коммуникативную (сигнальную) — получение индивидами информации о социальном положении индивидов в обществе. Символические блага выступают в роли социальных знаков;

3) утилитарную — удовлетворение потребности в определенном общественном статусе, который обеспечивает лучшее психологическое самочувствие индивида;

4) координационную — структурирования общественного поведения и субординации отношений между индивидами. Без этой функции вообще не могли бы существовать общество и современная экономика;

5) распределительная — средство присвоения общественного продукта в силу возможности обеспечения большего доступа к нему со стороны индивидов, обладающих символическими благами.

Можно отметить два важных свойства, которыми обладают символические блага:

— общественной значимости;

— условной избыточности (условной ненужности).

Общественная значимость проявляется в том, что символические блага имеют смысл только в обществе, а условная избыточность (условная ненужность) — в том, что индивид без этих благ может обойтись, так как они не удовлетворяют его непосредственных потребностей. Примером ненужности символических благ является жизнь героя известного романа Даниеля Дефо — Робинзона Крузо на необитаемом острове. Потерпевший кораблекрушение человек не нуждается в обладании благами — социальными знаками. По крайней мере, до появления на острове его спутника Пятницы он пребывает в одиночестве. Поэтому для него оказывается бессмысленным производство символических благ, которые будут иметь значение в обществе, где есть хотя бы два индивида, в силу тех функций, которые эти блага выполняют.

Спрос на символические блага — это спрос на обычные блага — носители символов и на сами символы. Таким образом, спрос на символические

блага в некотором роде произведен от спроса на обладание символом. Предложение символических благ способно быть как свободным, так и монопольным. В условиях сознательного ограничения производства символических благ может поддерживаться их общественная ценность. При свободном производстве символических благ поздно или рано возникает проблема их перепроизводства, что приводит к их обесценению и к девальвации носимых ими символов. Однако в действительности этого может и не произойти, поскольку существует институциональная ловушка — продолжение существования ранее возникшего института, несмотря на то, что в обществе отпала необходимость в нем. Действие институциональной ловушки основано на следующем: чтобы отказаться от некоего общественного установления (института), необходимо затратить ресурсы. А отказ от их осуществления приводит к неограниченно долгому существованию этого общественного установления. Возникшие символы будут по-прежнему существовать, производиться и использоваться в обществе вне зависимости от того, что отпала необходимость в них, и несмотря на то, что они не выполняют прежних своих функций.

Символы — институциональные ловушки воспринимаются как нечто должное, что необходимо иметь индивидам. Здесь символ, воплощенный в символических благах, отрывается от прежнего своего содержания и не несет уже в себе прежнего смысла. Такими символами теперь начинают обладать практически все в обществе: они воспринимаются как то, что обязательно должно быть у индивидов. Очевидно, что отказ от них и переориентация экономических ресурсов на производство функционально необходимых товаров повысили бы общественное благосостояние.

Символическое благо индивидами может обожествляться и стать предметом слепого подражания — фетишем. В качестве наиболее ярких примеров фетишизма можно привести золото и бриллианты. Золото же вообще укоренилось в общественном сознании как первосимвол богатства. Можно говорить о таком явлении, как золотой фетишизм, который в свое время был хорошо исследован в экономической науке.

Наглядным примером символических благ являются и бриллианты, которые в экономической теории принято считать товаром, в отношении которого как бы не выполняется закон стоимости. Бриллианты выступают как средство demonstra-

тивного потребления, демонстрации богатства и статуса лица (товар Веблена). «Аномалия» действия закона спроса применительно к бриллиантам состоит в том, что при росте цен величина спроса на них увеличивается из-за того, что возрастает их «ценность» как средства демонстрации богатства. При снижении цен на алмазы спрос на них падает, так как в такой период их престижность несколько снижается. Приобретение бриллиантов нельзя рассматривать как выгодные инвестиции, так как в ряду множества других инвестиционных благ (активов) они не способны обеспечить приемлемую доходность (например, по сравнению с банковскими вкладами, акциями, недвижимостью).

В числе символических благ находятся и деньги, вне зависимости от их вида и форм. Так как по своему происхождению деньги есть золото, то золото, будучи демонетизированным в рамках Ямайской международной валютной системы, по-прежнему представляет собой некий символ богатства, который глубоко укоренился в человеческом сознании. Спрос на золото в современной экономике формируется главным образом за счет ювелирных нужд. С практической точки зрения непонятно, зачем до сих пор люди используют золото в качестве украшений? Существует множество иных эстетических и достаточно низких по цене материалов, которые украсили бы любую женщину. Но главным здесь является уже не столько эстетические свойства золота, по которым оно может уступать более дешевым материалам, а его символичность.

Символические блага можно подразделить на потребительские, инвестиционные и смешанные (рис. 2). Символические потребительские блага — это блага, удовлетворяющие потребности индивидов (формирование социального статуса, чувство удовлетворенности от обладания чем-то особым и др.). Символические инвестиционные блага служат средством вложения капитала и спо-

собны принести прибыль. Капитал, вложенный в эти блага, определяется как символический капитал. Он создается не только исключительно за счет вложения денежного капитала, но и из затрат труда на создание таких благ. Символические смешанные блага — это сочетание в одном символическом благое потребительских и инвестиционных характеристик: возможность удовлетворять потребности и являться капиталом.

Символические блага также можно подразделить на отчуждаемые (обмениваемые) и неотчуждаемые. Аналогично и символический капитал может быть как отчуждаемым, так и неотчуждаемым. Примером неотчуждаемости является обладание почетным званием, ученой степенью или ученым званием, воинским званием и пр. Эти элементы, образующие символический капитал индивида, не могут быть непосредственно переданы или иным способом отчуждены другим лицам. Поэтому механизм функционирования таких символических благ будет отличаться от тех, которые могут отчуждаться (например, произведения искусства).

Экономику символических благ можно было обозначить как символную экономику, но из-за оперирования в научной литературе понятием «символический», а не «символьный» такую экономику можно обозначить и как символическую. Символическая экономика — это система экономических отношений, возникающая в процессе создания, обмена, распределения и потребления (в целом — функционирования) символических благ.

Общество, производя символические блага, производит и воспроизводит институты определенного рода. В этом проявляется общественная полезность такого производства. Часто формирование символического капитала может требовать затрат ресурсов.

Производство символических благ может быть связано с созданием ренты. Такой вид ренты можно

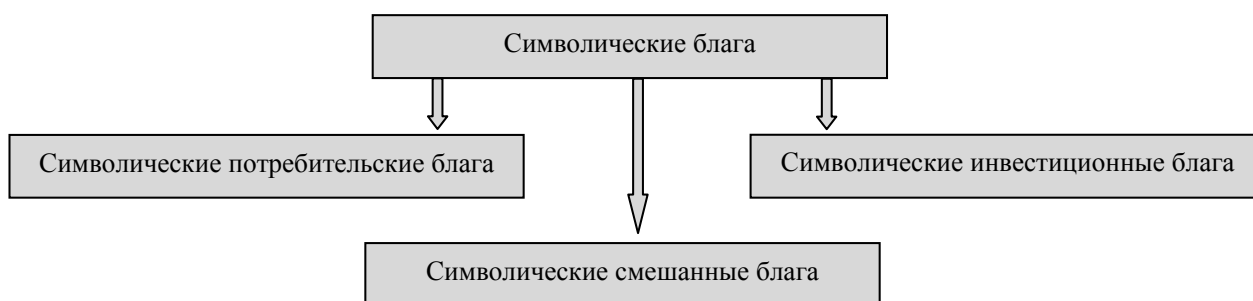


Рис. 2. Структурно-логическая схема типов символических благ

обозначить как символическая рента (но не символическая).

В связи с этим рассмотрим несколько случаев производства символических благ.

Пример 1 — производство золотых часов (не брендовых) как символического блага. Производящая такие часы фирма не получает символической ренты. Высокая стоимость часов связана с большой стоимостью золота, использованного при их изготовлении. Такого товара может быть произведено сколько угодно много.

Пример 2 — производство часов «раскрученной» торговой марки (брендовых). Здесь фирма сначала вкладывает денежный капитал в раскрутку марки, а затем обеспечивает себе получение более высокой прибыли. В таком случае в стоимости часов будет присутствовать символическая рента, которая и присваивается фирмой. Для фирмы источником такой ренты являются инвестиции в «раскрутку» марки: тем самым они генерируют символическую ренту. В данной ситуации инвестиции фирмы будут более рискованными, чем в первом примере, так как вложение капитала в формирование бренда не всегда обеспечивает получение должного дохода и прибыли. Заметим, что рентабельность фирмы в этом случае должна быть выше, чем у фирмы, производящей золотые, но не брендовые часы. Стоимость торговой марки можно считать символическим инвестиционным капиталом фирмы.

Пример 3 — «производство» картин известными художниками. В этом случае художники создают не столько эстетическую полезность, сколько культовую. Покупателю необходимо не столько высокохудожественное творение, сколько имя того художника, который прикоснется кистью к полотну. Чем более известным является творец, тем больше будут стоить его картины. При этом в современном мире часто оказывается, что большую стоимость начинают приобретать картины с низкой (порой примитивной) техникой исполнения. Картины приобретают высокую стоимость за счет использования стратегии раскрутки художника. Обладание такими полотнами становится престижным и повышает статус личности в обществе или в собственных глазах. Такие картины являются примером символических смешанных благ: получение владельцем картины полезности (престиж и авторитет) и возможности в будущем продать полотно по более высокой цене (получение

инвестиционного дохода). Арт-активы являются примером, когда символы материализуются в произведениях искусства и функционируют по своим «символическим законам» (законам символов). Здесь символы капитализируют стоимость произведений искусства, создавая символическую ренту. Инвестирование в арт-активы становится инвестированием в символы для создания или увеличения символической ренты.

Современный арт-рынок стал представлять собой экономический «пузырь», но имеющий свою специфику и отличающийся от «классических» экономических (финансовых) «пузырей». Его особенность состоит в том, что он не обладает свойством быстрого схлопывания из-за того, что владельцы арт-ценностей не хотят расставаться с ними.

В современной экономической науке принято выделять различные виды капитала: реальный, финансовый (денежный), человеческий. В настоящее время в состав видов капитала некоторые исследователи стали добавлять и символический капитал. Однако символический капитал многие ученые вообще не считают экономическим капиталом. По мнению автора, символический капитал может быть как экономическим, так и неэкономическим (между ними не существует четкого разделения). Экономический символический капитал непосредственно оказывает влияние на благосостояние экономических субъектов, увеличивая их чистый дисконтированный доход, в то время как неэкономический символический капитал (например, авторитет священнослужителя) не всегда может приносить экономическую выгоду и вообще не направлен на ее извлечение.

Экономический символический капитал и фиктивный капитал имеют сходство в том, что они оба как бы оторваны от функционирования реальной экономики. Но, с другой стороны, они необходимы ей, так как, будучи очень сложной системой, она без них не может существовать. Например, фиктивный капитал опосредует движение реального капитала и является одним из финансовых механизмов экономики. Если убрать этот механизм, то появятся совершенно другая экономика и другой уровень благосостояния. В свою очередь символический капитал также необходим «реальной экономике», так как он является в ней одним из институциональных координирующих механизмов. Этот капитал даже ближе к «реальной экономике», чем фиктивный капитал.

Роль экономического символического капитала состоит в том, что он формирует и должным образом структурирует социальное поведение, создает основу функционирования экономики, включая производство, обмен, распределение и потребление реальных благ. Иными словами, этот капитал формирует и обеспечивает функционирование общественных институтов определенного рода. Поэтому такой капитал в некоем роде можно считать составной частью институционального капитала. Действительно, можно утверждать, что эффективность производства зависит от накопления и использования в обществе различных видов капитала: реального (средства производства), человеческого (наемные работники и предприниматели) и институционального (совокупность общественных институтов).

Накопление экономического символического капитала способствует повышению эффективности общественного экономического механизма и выступает фактором социально-экономического развития. Благодаря этому экономический символический капитал обнаруживает связь с реальным капиталом, выступая опосредующим механизмом (подобно тому, как деньги опосредуют движение реальных стоимостей). В современной экономике функционирование реального капитала оказывается невозможным без иных категорий капитала: денежного, фиктивного, символического и пр.

Экономический символический капитал постоянно воспроизводит адекватные экономические отношения (институты), обеспечивающие функционирование воспроизводящей производственной системы. Такое воспроизводство, подобно любому другому воспроизводству, может быть простым, расширенным и суженным. Простое воспроизводство — это повторение в той же количественной определенности «суммы и качества» соответствующих капитальных символических благ. Расширенное воспроизводство — это возрастание их количества и качественного многообразия. Суженное воспроизводство — сокращение и качественное обеднение капитальных символических благ в обществе.

Итак, можно сделать вывод, что символические блага составляют особую категорию благ, которые имеют свой смысл только в обществе и не удовлетворяют необходимых жизненных потребностей индивидов. Вместе с тем без этих благ невозможно существование общества в силу выполняемых ими функций.—

Список литературы

1. Аникин А.В. Золото. М.: Международные отношения, 1988. 336 с.
2. Бузгалин А.В., Колганов А.И. Рынок симулякров: взгляд сквозь призму классической политической экономики // *Философия хозяйства*. 2012. № 2. С. 153–165, № 3. С. 181–193.
3. Демидова М.В. Социально-философские аспекты управления символическим капиталом // *Инновации в науке*. 2013. № 16. С. 15–25.
4. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. М.: ИНФРА-М, 2006. 632 с.
5. Еришов Ю.Г., Сиволов Д.Л. Трансформация современной экономики: проблемы управления символическим капиталом // *Региональная экономика: теория и практика*.— 2007. № 1. С. 28–34.
6. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. Труды по языкознанию. М.: Московский университет, 1982. 481 с.
7. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. В 3 т. М.: Эксмо, 2011. 1200 с.
8. Менгер К. Основания политической экономии. М.: Экономика, 1992. С. 31–242.
9. Мечковская Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура. М.: Академия, 2007. 432 с.
10. Местников А.А. Вложение символического капитала как инструмента инновационной политики государства // *Труд и социальные отношения*. 2010. № 6. С. 113–119.
11. Местников А.А. Символический капитал как инструмент инновационной политики государства // *Социология власти*. 2011. № 2. С. 143–150.
12. Остальский А. Краткая история денег. М.: Амфора, 2008. 272 с.
13. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. 960 с.
14. Седова А.В. «Общественное благо» в классификации экономических благ // *Проблемы экономики и статистики*. 2005. № 1–2. С. 31–37.
15. Сутормин М.А. Роль символического капитала на российском рынке потребительского кредитования // *Экономическая социология*. 2007. № 4. С. 73–101. URL: http://ecsoc.hse.ru/en/2007-8-4/annot.html#doc_26595525.
16. Сухарев А.Н. Золото: экономические и финансовые идеи теоретического анализа. Тверь: Тверской государственный университет, 2009. 126 с.
17. Сухарев А.Н. Меновая стоимость золота: парадоксы исторических закономерностей // *Фи-*

нансовая аналитика: проблемы и решения. 2010. № 4. С. 33–39.

18. Тодоров Ц. Теории символа. М.: Дом интеллектуальной книги, Русское феноменологическое общество, 1998. 408 с.

19. Управленческое консультирование. Индустрия знаний, символический капитал или новая мода / под ред. М. Киппинга, Л. Энгвелла. М.: Гуманитарный центр, 2008. 416 с.

20. Фишер И. Покупательная сила денег. М.: Дело, 2001. 198 с.

Finance and credit
ISSN 2311-8709 (Online)
ISSN 2071-4688 (Print)

Issues on economics

ECONOMIC BASES OF SYMBOLIC GOODS FUNCTIONING

Aleksandr N. SUKHAREV

Abstract

The article discusses the nature and mechanism of functioning of symbolic goods, their types, functions properties, and structure. The author highlights the social, communicative, utilitarian, and coordinating and distributing function of symbolic goods. Symbolic goods provide individuals with higher social status, structure social behavior and establish subordination between individuals. They also may be a means of social product appropriation, and so on. Symbolic goods have two important properties: social significance and conditional redundancy (conditional irrelevance). The author shows the role and importance of symbolic goods in the economy, describes the mechanism of symbolic capital functioning. The author also distinguishes tangible and intangible symbolic goods, consumer, investment and mixed symbolic goods, as well as transferable (exchangeable) and inalienable ones. The paper highlights the problem of overproduction of symbolic goods and functioning of symbols — institutional traps. The study states that the society, when producing symbolic goods, produces and reproduces a certain kind of institutions. Symbolic economy is a system of economic relations arising in the process of creating, sharing, exchange and consumption (functioning) of symbolic goods. Production of symbolic goods may be associated with creation of rents (symbolic rent). The author discloses the main idea and substance of economic symbolic capital. Economic symbolic capital constantly reproduces adequate economic relations (institutions), which ensure the functioning of the reproducing production system. Accumulation of such capital contributes to

the effectiveness of social economic mechanism and acts as a factor of social and economic development. The conclusion is that symbolic goods are a special category of goods that matter only in the society and do not meet the necessary vital needs of individuals. However, without these goods, due to the functions they perform, the existence of a society is impossible.

Keywords: symbols, symbolic goods, benefits, economy, capital, cult, currency, usefulness, rent

References

1. Anikin A.V. *Zoloto* [Gold]. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya Publ., 1988, 336 p.
2. Buzgalin A.V., Kolganov A.I. Rynok simulyakrov: vzglyad skvoz' prizmu klassicheskoi politicheskoi ekonomiki [The simulacra market: a look through a prism of classical political economy]. *Filosofiya khozyaistva = Philosophy of economy*, 2012, no. 2, pp. 153–165, no. 3, pp. 181–193.
3. Demidova M.V. Sotsial'no-filosofskie aspekty upravleniya simvolicheskim kapitalom [Social and philosophical aspects of symbolic capital management]. *Innovatsii v nauke = Innovation in science*, 2013, no. 16, pp. 15–25.
4. Dolgin A.B. *Ekonomika simvolicheskogo obmena* [Economy of symbolic exchange]. Moscow, INFRA-M Publ., 2006, 632 p.
5. Ershov Yu.G., Sivovolov D.L. Transformatsiya sovremennoi ekonomiki: problemy upravleniya simvolicheskim kapitalom [Transformation of modern economy: problems of symbolic capital management].

Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional economics: theory and practice, 2007, no. 1, pp. 28–34.

6. Losev A.F. *Znak. Simvol. Mif. Trudy po yazykoznaniiyu* [Sign. Symbol. Myth. Works on linguistics]. Moscow, Izdatel'stvo Moskovskogo Universiteta Publ., 1982, 481 p.

7. Marx K. *Kapital. Kritika politicheskoi ekonomii. V 3-kh t* [Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. In 3 volumes]. Moscow, Eksmo Publ., 2011, 1200 p.

8. Menger K. *Osnovaniya politicheskoi ekonomii* [Bases of political economy]. Moscow, Ekonomika Publ., 1992, pp. 31–242.

9. Mechkovskaya N.B. *Semiotika: Yazyk. Priroda. Kul'tura* [Semiotics: Language. Nature. Culture]. Moscow, Akademiya Publ., 2007, 432 p.

10. Mestnikov A.A. Vlozhenie simvolicheskogo kapitala kak instrumenta innovatsionnoi politiki gosudarstva [Symbolic capital investment as a tool of innovation policy of the State]. *Trud i sotsial'nye ot-nosheniya = Labor and social relations*, 2010, no. 6, pp. 113–119.

11. Mestnikov A.A. Simvolicheskii kapital kak instrument innovatsionnoi politiki gosudarstva [Symbolic capital as a tool of innovation policy of the State]. *Sotsiologiya vlasti = Sociology of Power*, 2011, no. 2, pp. 143–150.

12. Ostal'skii A. *Kratkaya istoriya deneg* [Brief history of money]. Moscow, Amfora Publ., 2008, 272 p.

13. Smith A. *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov* [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]. Moscow, Eksmo Publ., 2007, 960 p.

14. Sedova A.V. "Obshchestvennoe blago" v klassifikatsii ekonomicheskikh blag [The public good

in the classification of economic benefits]. *Problemy ekonomiki i statistiki = Problems of economics and statistics*, 2005, no. 1=2, pp. 31–37.

15. Sutormin M.A. [The Role of Symbolic Capital in the Russian Consumer Credit Market]. *Journal of Economic Sociology*, 2007, no. 4, pp. 73–101. (In Russ.) Available at: http://ecsoc.hse.ru/en/2007-8-4/annot.html#doc_26595525.

16. Sukharev A.N. *Zoloto: ekonomicheskie i finansovye idei teoreticheskogo analiza* [Gold: economic and financial ideas of the theoretical analysis]. Tver, Tver State University Publ., 2009, 126 p.

17. Sukharev A.N. Menovaya stoimost' zolota: paradoksy istoricheskikh zakonomernostei [Exchange value of gold: paradoxes of historical regularities]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya = Financial analytics: science and experience*, 2010, no. 4, pp. 33–39.

18. Todorov Tz. *Teorii simvola* [Theories of the Symbol]. Moscow, Dom intellektual'noi knigi, Russkoe fenomenologicheskoe obshchestvo Publ., 1998, 408 p.

19. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie. Industriya znaniy, simvolicheskii kapital ili novaya moda* [Management consulting. The industry of knowledge, symbolical capital or new fashion]. Moscow, Gumanitarnyi tsentr Publ., 2008, 416 p.

20. Fisher I. *Pokupatel'naya sila deneg* [Purchasing power of money]. Moscow, Delo Publ., 2001, 198 p.

Aleksandr N. SUKHAREV

Tver State University,
Tver, Russian Federation
su500005@yandex.ru