



<https://jas.ui.ac.ir/?lang=en>

Journal of Applied Sociology

E-ISSN: 2322-343X

Vol. 36, Issue 2, No.98, 2025, pp 71-100

Received: 17.04.2024 Accepted: 05.02.2025

Research Paper

A Sociological Study of Monetary Attitudes among Citizens of Tehran

Nahid Abdoli

Ph.D. candidate, Department of Sociology, Faculty of Human Science, University of Kashan, Kashan, Iran
nahidabdoli@grad.kashanu.ac.ir

Asadollah Babaeifard* 

Associate professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran
babaiefard@kashanu.ac.ir

Introduction

As the physical form of money increasingly gives way to digital representations in electronic societies, its role continues to transform. Money has long served to equalize disparities, evolving into a primarily symbolic entity. Currently, the cultural and social functions of money—understood as a "fait social total"—are undergoing significant changes. Recent sociological research presents money as an enigmatic social phenomenon, prompting scholars to explore the social implications of complex financial systems characterized by the tension between centralized monetary unions and diverse local currencies. In the past few decades, regional and global shifts centered on money—such as global financial crises, establishment of the European Monetary Union, collapse of socialism, rise of credit card payments, advent of electronic money, and emergence of various cryptocurrencies—have rendered the monetary landscape more intricate than ever before. Meanwhile, individuals' attitudes towards money are shaped by their lived experiences from childhood through adulthood influenced by the economic and social contexts they encounter. Thus, money holds significance not merely as a social object, but also because of the diverse meanings individuals attribute to it. In Iran, the pressing social issue revolves around monetization of a society grappling with economic crises, rampant inflation, sanctions, and widespread financial misconduct—both petty and grand. To investigate monetary attitudes, this study employed the Lay and Furnham scale (2018) to examine the relationship between money and various variables, including gender, age, education, marital status, socioeconomic status, religious beliefs, ideological and political perspectives, life satisfaction, perceived success, and childhood experiences.

Materials & Methods

Approximately 5 decades ago, multidimensional criteria for understanding monetary attitudes and beliefs were established within sociology. Over time, various scales, variables, and tools have been developed to examine these attitudes and behaviors. This article employed a quantitative approach and survey methodology to identify the attitudinal patterns that influence the psychological and social dynamics of society, ultimately shaping collective behavior regarding money and reflecting the emotional connections individuals have with material objects. The data analysis method was grounded in Simmel's continuous dialectical approach, or dualism, which serves as a framework for comprehending the social phenomenon of money. The study aimed to expand the scale of monetary attitudes by introducing items that measured the factor of monetary future orientation within the

target society. Alongside this, factors, such as representation of success, anxiety and distrust, displays of power and status, financial literacy, and monetary thinking and management were examined. The findings indicated that individuals' beliefs, as well as the economic, social, and cultural contexts of their societies, significantly influenced their monetary attitudes. To further explore the interplay between society and money in Iran, factor analysis was employed to assess the factorability of indicators, helping to elucidate the social meanings of money for individuals.

Discussion of Results & Conclusion

The findings indicated that money functioned as a social phenomenon within the competitive landscape of resources and benefits, making various facets of human life interpretable. An increase in public welfare significantly

* Corresponding author

Abdoli, N., & Babaeifard, A. (2025). A sociological study of monetary attitudes among citizens of Tehran. *Journal of Applied Sociology*, 36(2), 71-100. <https://doi.org/10.22108/jas.2025.139743.2497>



influenced other variables, altering perceptions of success, life satisfaction, spending habits, and ultimately, monetary attitudes. The factor of representing success had transformed money into an institution that enabled individuals to achieve goals otherwise unattainable. This was particularly crucial in societies where money served as a pathway to fulfilling aspirations. Conversely, the rules governing economic and social interactions reinforced monetary relationships, framing work relations according to this criterion. The shared value of money rendered all things exchangeable. Moreover, trust in the stability of currency was rooted in the socio-political order that underpinned it; without this trust, the monetary flow collapsed. The results suggested that, within the studied society, economic profiteering, market distrust, concerns about savings, and a future-oriented monetary mindset—all driven by fervor for economic investment—were significant across various social contexts. In essence, money transcended the processes Simmel described as "commodification of reciprocal relations" or "general reduction of quality to quantity." It possessed intrinsic value through its three primary functions: medium of exchange, unit of account, and store of value. However, the lack of assurance regarding the

preservation of money's value by the governing system had hindered its ability to serve as an effective store of value. Consequently, society resorted to converting money and creating value through durable goods, engaging in capital investment to prevent the erosion of wealth. This scenario exemplified what Simmel referred to as the "tragedy of culture" where money reflected the broader cultural landscape with all its harsh realities. Ultimately, it was crucial to acknowledge that the monetary situation of the society was profoundly influenced by macro-level political and economic events. Until economic stability was restored, changes in people's monetary attitudes were unlikely. This necessitated a willingness to accept the risks associated with the monetization of culture, social system, and public morality. Patterns of financial behavior evolved in response to individual and societal needs, illustrating how people's financial behaviors were shaped by their attitudes and, in turn, influenced by economic and social developments.

Keywords: Money, Sociology of Money, Monetary Attitude, Monetary Behavior, Monetary Orientation, Financial Insight.

مقاله پژوهشی

بررسی جامعه‌شناختی نگرش‌های پولی در میان شهروندان شهر تهران

ناهید عبدلی، دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان،

ایران

nahidabdoli@grad.kashanu.ac.ir

اسدالله بابایی فرد^{ID*}، دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

babaiefard@kashanu.ac.ir

چکیده

در حال حاضر تسری جریان‌ها و برنامه‌ریزی‌های مالی و نگرش‌های پولی با مؤلفه‌های چندگانه بر تجربیات اجتماعی و زندگی روزمره مردم، مطالعه جامعه‌شناسانه پول را تبدیل به امری ضروری کرده است و باوجود آنکه در جوامع الکترونیکی شکل مادی پول از بین می‌رود، نیاز است تا چیستی و چگونگی معنای اجتماعی پول برای مردم بازاندیشی شود. این مقاله با هدف بررسی نگرش پولی شهروندان تهرانی سعی دارد با توجه به نظریه‌های زیمل، اینگهام و زلیزر عوامل مؤثر بر نگرش‌های پولی را در ارتباط با متغیرهای جنس، سن، تحصیلات، وضعیت تأهل، سطح رفاه، جایگاه دینداری، مواضع فکری و سیاسی، میزان رضایت از زندگی، میزان موفقیت و دوران کودکی بسنجد. روش پژوهش کمی همراه با تکنیک پیمایش در مقیاس تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی لی و فورنهام است که عامل آینده‌نگری پولی به مقیاس اضافه شد. یافته‌های تحلیل عاملی نشان می‌دهد که شش عامل بازنمایی موفقیت، نمایش قدرت و منزلت، نگرانی و بی‌اعتمادی، بی‌سوادی پولی، مدیریت و برنامه‌ریزی مالی و آینده‌نگری پولی، نگرش پولی جامعه هدف را می‌سازند؛ درنهایت نتایج گویای آن است که تأمین رفاه و رضایت از زندگی، آرامش و امنیت، رنج بی‌نهایت و لذت تام معنای اجتماعی پول برای مردم است. پیامدهای اقتصادی و اجتماعی این نگرش نیز، پولی‌شدن فزاینده جامعه، سرمایه‌سازی از طریق تبدیل پول به کالاهای با دوام، ارزش‌سازی به واسطه خلق ارزش برای کالاهای بی‌ارزش و تراژدی فرهنگ با تقلیل ارزش‌های کیفی به ارقام است.

واژه‌های کلیدی: پول، جامعه‌شناسی پول، نگرش‌های پولی، رفتار پولی، گرایش پولی

* نویسنده مسئول:

عبدلی، ناهید و بابایی فرد، اسدالله. (۱۴۰۳). تحلیل جامعه‌شناختی نگرش‌های پولی در میان شهروندان شهر تهران. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۶(۲)، ۷۱-۱۰۰.

<https://doi.org/10.22108/jas.2025.139743.2497>



مقدمه و بیان مسئله

همراه با تغییر و تحولاتی که در کمیت و کیفیت پول در قرون متمادی شکل گرفته، زندگی بدون پول به سختی امکان‌پذیر است و این واقعیت اجتماعی در هر مکان و هر زمانی قابل فهم است. کارکردهای فرهنگی و اجتماعی پول نیز به‌عنوان پدیده‌ی تام اجتماعی^۱ و واقعیت اجتماعی دستخوش تغییر شده است. بسیاری از تحولات جدید جامعه‌شناختی پول در نتیجه بحران مالی سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ رقم خورد؛ دورانی که اعتماد عمومی به نظام متمرکز مالی و پول کاهش یافت و باعث شد تا موضوع آینده پول به‌عنوان موضوعی اجتماعی مطرح شود؛ بنابراین، محققان و جامعه‌شناسان را بر آن داشت که به پیامدهای این نظام پیچیده بیندیشند و به دنبال راه‌های جایگزین باشند. در حال حاضر در چشم‌انداز پولی جهان دو گرایش عمده وجود دارد: یکی اینکه نظام پولی به سمت اتحادیه‌های پولی مانند رشد ارزهای مبادلاتی در جهان پیش برود و متمرکز شود و دیگری آنکه اشکال پولی متکثری جایگزین شوند تا قدرت متمرکز دولت‌ها را کم کنند؛ از جمله آنها پول‌های محلی است که از طریق سیستم حسابداری مشترک برای مبادله کالا و خدمات استفاده می‌شود^۲ یا پول‌های الکترونیکی و سایر ارزهای موازی که توسط شرکت‌ها صادر می‌شوند. داد (Dodd, 2012: 161) یکی از جامعه‌شناسان پول، پیش‌بینی می‌کند که روش‌های جایگزین حتی ممکن است مانند رمان «انفجار بزرگ» راسل (Russell, 1962) به آرمانشهر لیبرالی آنارشیزم و سیستم دادوستد بر مبنای هدیه و تعهدات حاکم منجر شود.

تغییر و تحولات منطقه‌ای و جهانی با محوریت پول در دهه‌های اخیر مانند بحران‌های مالی جهانی ایجاد اتحادیه مالی اروپا، فروپاشی سوسالیزم، نظام پرداخت با کارت اعتباری،

خلق پول الکترونیکی و رمزارزهای متنوع زندگی پولی جامعه را بسیار پیچیده‌تر از گذشته ساخته است. از این بابت، محققان و جامعه‌شناسان باید فراتر روند و بیشتر و بهتر این معادلات پولی و مالی و ارتباط آن با زندگی اجتماعی مردم و نگرش‌های عمومی را بفهمند. به تعبیر جامعه‌شناسان، موضوع پول معماگونه^۳ است (Sinyutin, 2013: 43-44). زلیزر افزایش استفاده از پول‌های خاص در خانه، هدیه و خیریه‌ها را معماهای بحث‌برانگیز می‌داند (Zelizer, 1994: 33). به عقیده اینگهام، «پول یک معما است» (Ingham, 1996: 507) یا «همیشه یک معما بوده است» (Ingham, 2001: 304) و حتی از اصطلاح تناقض‌های پولی استفاده می‌کند (Ingham, 2004b: 19). داد نیز می‌نویسد: «مفهوم زیمیل از پول برای اینگهام گیج‌کننده و معمایی به نظر می‌رسد» (Dodd, 2007: 289). بکرت معتقد است معمای پول همچنان برای اقتصاددانان، محققان علوم اجتماعی و مورخان حل نشده است (Beckert, 2004: 1237). مشاهده می‌شود که به اصطلاح معما یا پازل در گفتمان جامعه‌شناسی پول توجه شده است و پول ابزار عالی برای مطالعه تحولات و تحرکات جامعه قلمداد می‌شود. همان‌طور که پاپیلود باور دارد که «اشیا ردیاب‌های عالی روابط اجتماعی هستند» (Papilloud, 2004)، پول نیز، واسطه مهمی در خلق ارتباطات اجتماعی است که به‌صورت پیوندهای غیرشخصی براساس ذهنیت سود-هزینه، شیء‌واره می‌شود.

نگرش‌های پولی مبتنی بر تجربه زیسته افراد از کودکی تا بزرگسالی و در ارتباط با موقعیت‌های اقتصادی و اجتماعی که با آنها مواجه می‌شوند، تداوم یافته و ساخته می‌شود. در سطح خرد، فرهنگ و عاملیت انسانی در خلق بینش، گرایش و کنش پولی و مالی ناشی از تصمیمات روزمره دخیل هستند و این نگرش از فردی به فرد دیگر متفاوت است. ساختار اجتماعی نیز با درک عمومی از پول نقش تعیین‌کننده‌ای در تصاحب و هزینه‌کرد پول دارد که حاصل تجربیات اقتصادی و اجتماعی گروهی از مردم است و دیگران نیز آگاهانه یا ناآگاهانه به سمت آن سوق می‌یابند. در حال حاضر تسری

^۱ نخستین بار این اصطلاح را مارسل موس به کار برد و منظور آن است که باید تمام جنبه‌های هر واقعیت اجتماعی مطالعه شوند؛ ازجمله ابعاد ریخت‌شناسی، تاریخی، جغرافیایی، سیاسی، فرهنگی، حقوقی، دینی، اقتصادی، روانی، هنری، ارزش‌ها، هنجارها، پندارها و مانند اینها.

Fait Social Total (M. Mauss)

^۲ Lets model

^۳ Puzzle

جریان‌ها و برنامه‌ریزی‌های مالی و کاری و نگرش‌های پولی با مؤلفه‌های چندگانه به تمام عرصه‌های زندگی روزمره و اجتماعی مردم، مطالعه جامعه‌شناسانه پول را تبدیل به امری ضروری کرده و چیستی و چگونگی پول موضوع بحث‌برانگیز و بازنمایشانه جوامع شده است. به یک معنا پول نه به مثابه یک شیء اجتماعی بلکه به واسطه آنچه با نگرش‌های متفاوت به پول نسبت می‌دهند، حائز اهمیت است. در جوامع غربی نگاه نظام‌مند به پول وجود دارد؛ اما سایر جوامع و بسترهای فرهنگی با توجه به عوامل جمعیتی و زمینه‌ای منحصربه‌فرد، تعریف ویژه‌ای از پول ارائه می‌دهند، با نگرش‌های متنوع، کارکردهای پولی را درک می‌کنند و با کنش‌های متفاوت به کسب پول می‌پردازند و آن را هزینه می‌کنند. مسئله اجتماعی ایران پولی‌شدن جامعه‌ای است که با بحران‌های اقتصادی، تورم مهارنشده، تحریم و جرائم خرد و کلان پولی و مالی و بی‌اخلاقی پذیرش‌شده مواجه است که در این گذر تبیین و پیش‌بینی تمام جنبه‌های نگرش‌های افراد موضوعی تأمل‌برانگیز در دو سوی طیف لذت تام و رنج بی‌نهایت با کسب‌کردن و از دست دادن‌های همیشگی و مداوم پول همراه است. با هدف بررسی نگرش پولی شهروندان تهرانی برای آنکه پول به عنوان پدیده اجتماعی درک شود، نگرش‌های پولی و ارتباط جامعه با پول ارزیابی می‌شود تا مشخص شود در باور عمومی چه چیزی پول را مهم و باارزش می‌سازد. مطالعه نگرش‌های پولی با استفاده از مقیاس لی و فورنهام (Lay & Furnham, 2018) ارتباط پول را با متغیرهایی همچون جنس، سن، تحصیلات، وضعیت تأهل، سطح رفاه، جایگاه دینداری، مواضع فکری و سیاسی، میزان رضایت از زندگی، میزان موفقیت و دوران کودکی می‌سنجد.

پیشینه پژوهش

پیشینه تجربی

بیش از چهار دهه است که معیارهای نگرش و باورهای پولی در جامعه‌شناسی توسعه یافته است. مفهوم نگرش پولی چندبعدی است و در زمینه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و

فرهنگی بررسی شده است. ورنیمونت و فیتزپاتریک^۱ (1972)، گلدبرگ و لوئیس^۲ (1978)، یامائوچی و تمپلر^۳ (1982)، فورنهام^۴ (1984)، تانگ^۵ (1992)، فورمن^۶ (1987) و میچل^۷ و همکاران (1998) از اولین تحقیقات در این زمینه هستند. ورنیمونت و فیتزپاتریک (1972) با هفت عامل شکست شرم‌آور، مقبولیت اجتماعی، نگرش انزجاری، شر اخلاقی، امنیت، عدم پذیرش اجتماعی و ارزش‌های تجاری محافظه‌کارانه معنای پول را برای افراد با پیشینه‌های متفاوت توصیف کرد. گلدبرگ و لوئیس (1978) اولین مقیاس اندازه‌گیری با چهار متغیر موقعیت، احترام به دیگران، آزادی انتخاب و اهمیت زمان را ایجاد کردند. روبینشتاین (1981) با مقیاسی به این نتیجه رسید که تفاوت در باورهای افراد بر نگرش مالی آنها اثرگذار است؛ اما یامائوچی و تمپلر (1982) اولین مقیاس تجربی و کمی تأییدشده با نام مقیاس نگرش پولی^۸ را با پنج عامل اعتبار-قدرت، زمان ماندگاری، بی‌اعتمادی، کیفیت و اضطراب، خلق کردند. فورمن (1987) با مقیاس سلامت پول^۹ پنج شخصیت پولی شامل ولخرج، خسیس، قمارباز، سرمایه‌دار و معامله‌گر را از یکدیگر متمایز ساخت. سه مقیاس تأییدشده اخلاق پول^{۱۰} تانگ (1995) با بررسی شش عامل خوب، شر، دستاورد، احترام، بودجه و آزادی، معیارهای پولی را توسعه داده است. مقیاس اعتقادات و رفتار پولی^{۱۱} فورنهام (1996) با بررسی ارتباط متغیرهای جمعیتی و اجتماعی نگرش پولی و عادات هزینه‌کرد افراد را با شش گویه وسواس، قدرت، پس‌انداز و هزینه، حفظ امنیت، عدم کفایت، رفتار پولی را سنجید و مقیاس اهمیت پول^{۱۲} توسط میچل و همکارانش (1998) هفت گویه اهمیت ارزشی، درگیری شخصی

¹ Wernimont & Fitzpatrick

² Goldberg & Lewis

³ Yamauchi & Timpler

⁴ Furnham

⁵ Tang

⁶ Forman

⁷ Mitchell

⁸ Money Attitude Scale (MAS)

⁹ Money Sanity Scale

¹⁰ Money Ethical Scale (MES)

¹¹ Money Beliefs and Behavior Scale (MBBS)

¹² Money Importance Scale (MIS)

(1996). ایدئولوژی و گرایش‌های سیاسی و ارزش‌های دینی (Furnham, 1984; Furnham et al., 2012; Tang, 1992)، موفقیت (Furnham et al., 2012)، اضطراب (Eckel & Grossman, 2002). پس‌انداز و بودجه‌بندی (Eckel & Grossman, 2002; Tang, 1992)، تفاوت‌های فرهنگی (Medina et al., 1996) ماتریالیسم (Tatzel, 2002)، آموزش و دانش مالی (Furnham & Argyle, 1998) از این جمله‌اند.

تحقیقات اخیر با رویکردی فرهنگی به این موضوع می‌پردازند که رفتارهای پولی در زمینه‌های فرهنگی مختلف متفاوت‌اند. نگرش پولی افراد در گذشته و آینده بین دو ملت متفاوت است (Bailey & Lown, 1993). هنجارها، ارزش‌ها، مذهب، رسانه و سایر مؤلفه‌های فرهنگی بر معنای پول اثرگذار است. فالیکوف^۷ (2001) نشان داد که در میان فرهنگ‌های جمع‌گرا مانند لاتین‌تبارها و آفریقایی‌ها پول وسیله‌ای برای تسهیل تعامل میان خانواده و دوستان است و در فرهنگ‌های فردگرا، پول برای قدرت و کسب منفعت محسوب می‌شود. دینداری بر نگرش به پول و احترام به اخلاق اثرگذار است (Vitell et al., 2007). در یک مطالعه عبدالسلام^۸ (2014) می‌نویسد که بانکداری اسلامی به‌طور تصاعدی در حال رشد است و این امر بر رفتار پولی جوامع مسلمان تأثیر بسزایی داشته است. شرایط اقتصادی نیز نقش مهمی در تغییر نگرش عمومی به پول دارد (Bonsu, 2008). مخاطرات اقتصادی، نگرش افراد را تغییر و زیان اقتصادی، اهمیت پول را برای جامعه افزایش می‌دهد (Engelberg & Sjoberg, 2007). به‌طور کلی این تحقیقات غالباً دربارهٔ جوانان و در اروپا و آمریکا انجام شده‌اند، همچنین تفاوت‌های جنسیتی یکی از محورهای تحلیل آنها است.

تعداد مطالعات تجربی محققان با موضوع پول و نگرش‌های پولی در ایران بسیار اندک است. گل‌پرور و عریضی (۱۳۸۷) در اولین مقاله با موضوع پول، رابطهٔ جهت‌گیری‌های ارزشی و علاقه به پول را با باور به دنیای

با پول، زمان صرف‌شده برای فکرکردن به امور مالی، سهولت خدمات مالی، مهارت در مدیریت پول و پول به‌عنوان منبع قدرت و منزلت را بررسی کردند.

مقیاس‌های دیگری نیز ابداع شده‌اند که توجه و تأیید سایر محققان را برانگیخته است؛ مقیاس لیم و تئو^۱ (1997) سه معیار و هشت عامل وسواس، قدرت، بودجه، دستاورد، ارزیابی، اضطراب، نگهداشت و حساست را آزمون کرد. رز و اور^۲ (2007) چهار بُعد موقعیت، موفقیت، نگرانی و امنیت را پیشنهاد دادند. بیکر و هاگدون^۳ (2008) نیز چهار معیار قدرت-اعتبار، حفظ زمان، برنامه‌ریزی-پس‌انداز، بی‌اعتمادی، صرفه‌جویی و اضطراب را مطرح کردند. کلونتز^۴ و همکاران (2011) با رویکرد متفاوتی به چهار عامل اجتناب، پرستش، وضعیت و هوشیاری دست یافتند. مطالعه‌ای دیگر با بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی انجام شده است که بر احساسات مرتبط با پول (قدرت، آزادی، عشق و امنیت) متمرکز است تیلور^۵ و همکاران (2016) در پژوهشی دیگر فورنهام^۶ و همکاران (2012) شانزده گویه را بررسی کردند که با تحقیقات پیشین همپوشانی داشت.

علاوه بر مقیاس‌ها، متغیرها و ابزارهای بررسی نگرش و رفتار پولی نیز تدوین شدند. تحقیقات نشان می‌دهد که متغیرهای جمعیت‌شناختی در نگرش به پول اثرگذار هستند (Furnham, 2014) موضوع نگرش رفتاری و رفتار اجباری (Roberts & Sepulveda, 1999; Hanley & Wilhelm, 1992)، ثبات عاطفی و مشاوره مالی (Bailey & Gustafson, 1991; Cook, 1987)، درآمد (Tang, 1992) تحصیلات (Furnham, 1984)، بیکاری (Wernimont & Fitzpatrick, 1972)، سن (Prince, 1993; Lim & Bailey & Lown, 1993)، جنسیت (Teo, 1997; Gresham & Fontenot, 1989; Furnham et al., 2014)، فرهنگ (Burgess, 2005; Lynn, 2001; Medina et al.,

¹ Lim & Teo

² Rose & Orr

³ Baker & Hagedorn

⁴ Klontz et al.

⁵ Taylor et al.

⁶ Furnham et al.

⁷ Falicov

⁸ Abdelsalam

عادلانه و ناعادلانه در بین زنان و مردان اصفهان بررسی کردند و یافته‌های آنها نشان داد که جهت‌گیری‌های ارزشی و علاقه به پول در میان زنان و مردان متفاوت است. جهانگیری و کشفی‌نیا (۱۳۹۳) بررسی جامعه‌شناختی مفهوم پول برای زنان در خانواده را در میان زنان متأهل شهر تبریز انجام دادند و نتایج نشان داد که این مفهوم برای ۶۱.۸٪ خانواده‌محور، ۳۱.۵٪ خودمحور/خانواده‌محور و برای ۶.۷٪ خودمحور است. در همین سال مدنی لواسانی و وثوقی (الف ۱۳۹۳) با روش پدیدارشناختی، موضوع تغییرات استراتژی نگرش به پول و پس‌انداز در میان زنان جامعه را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که باوجود آنکه پول ابزاری اقتصادی است، اما شرایط اجتماعی در نگرش و رفتار با آن تأثیر گذاشته و پس‌انداز را به پدیده‌ای اجتماعی تبدیل کرده است. این محققان در مقاله دیگری (ب ۱۳۹۳) به موضوع معنای اجتماعی پول در میان زنان جامعه با توجه به نقش جنسیتی پول توجه کردند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که از دیدگاه فردی پول به مثابه جریان زندگی است که امیددهنده و آرامش‌بخش است و هرگونه نگرانی را از بین می‌برد و اعتماد به نفس می‌دهد. پول از دیدگاه خانواده یکی از عناصر اصلی زندگی است که از طریق کار، پس‌انداز، ارث، وام و توانایی زنانه با داشتن عقل معاش تأمین می‌شود. پول از دیدگاه فرهنگ ارگانی است که بیشترین فعالیت‌های مرتبط با چهار حوزه عرف، دین، بدن و اخلاق را سامان می‌دهد. پول از دیدگاه حوزه عمومی ابزار قدرتمندی است که یا از سوی دولت به کار گرفته می‌شود یا نقش کلیدی در بازار دارد.

طلائی و کوانتس^۱ (۲۰۱۶) نگرش‌های پولی در میان ایرانیان را مبتنی بر مدل ساختار عاملی مقیاس یامائوچی و تمپلر (۱۹۸۲) مطالعه کردند. نتایج نشان می‌دهد که برخی عوام مستخرج مختص به جامعه ایرانی و متأثر از اقتصاد ناپایدار و فرهنگ مبتنی بر مذهب در ایران است. جعفری و بلالی (۱۳۹۴) با بررسی جامعه‌شناختی مطالعه ادراک و

برداشت کودکان از پول در بررسی رفتار پس‌انداز و چرایی و چگونگی این رفتار با سه نظریه روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و اقتصاد و روش کیفی نظریه زمینه‌ای را به پایان رساندند. از نتایج پنج مقوله به دست آمد: مقوله طبقه اجتماعی و رفتارهای اقتصادی کودکان به عنوان شرایط زمینه‌ای، مقوله سبک زندگی والدین و گرایش به پس‌انداز به عنوان شرایط مداخله‌گر، مقوله آموزش اقتصادی با دادن پول توجیبی به عنوان استراتژی استفاده شد. مقوله‌های تفاوت‌های رفتاری جنسیتی و تفاوت‌های رفتاری سنی به عنوان مقوله‌های رفتاری به کار رفت. همچنین انگیزه‌های پس‌انداز به عنوان مقوله هسته استخراج شد. یافته‌های مدیری (۱۳۹۶) نشان داد که حدود نیمی از زنان و مردان متأهل شهر تهران از شیوه هزینه‌کرد پول در خانواده خود رضایت ندارند و بخش درخور توجهی نیز، از میزان درآمد و هزینه‌کرد همسر خود اطلاع دقیقی ندارند. الگوی مدیریت مالی اشتراکی با ۳۰/۸٪، جداگانه مرد با ۲۸/۱٪ و تخصیص مرد به زن با ۲۶٪ بیشترین فراوانی را دارد. میان مدیریت و شیوه هزینه‌کرد پول با نشاط زناشویی رابطه معناداری وجود دارد و این ارتباط در زنان قوی‌تر از مردان است. همچنین نتایج نشان داده است که الگوهای هزینه‌کرد پول غالباً با درآمد و تحصیلات زوج و اینکه خانواده تک‌درآمد یا هر دو درآمد باشد، رابطه معنادار دارد و این یافته‌ها نظریه منابع قدرت را تأیید می‌کنند. صادقی آرانی و همکاران (۱۳۹۸) نگرش‌ها و باورهای پولی زنان را در کاشان بررسی کردند. نتایج بررسی حاکی از آن است که زنان بیشتر به پول به عنوان منبع یا ابزار تأمین امنیت (و نه ابزار تأمین قدرت) نگاه می‌کنند و میزان پول به دست آمده را بازتاب تلاش و کوشش خود برای دستیابی به آن می‌دانند. همچنین زنان شاغل بیش از زنان غیرشاغل قائل به نگهداری و حفظ پول و ناکافی بودن آن هستند. علاوه بر آن زنان چهل ساله و بالاتر از زنان سایر گروه‌ها تمایل بیشتری به حفظ و نگهداری از پول دارند. همچنین گروه درآمدی بالاتر به طور درخور توجهی درآمد و پول خود را حاصل تلاش و کوشش خود

^۱ Talaei & Kwantes

می‌دانند. نتایج حاصل از بررسی همبستگی ابعاد شخصیتی و نگرش پولی زنان نیز حاکی از وجود رابطه‌ای معنادار ولی ضعیف بوده است. زارعی و همکاران (۱۳۹۹) نگرش دو گروه میان‌سالان و جوانان شاغل شهر تهران را به پول با روش کمی-کیفی کیو بررسی و تحلیل کردند. اینکه معنای اجتماعی پول چیست و نوع رفتار پولی آنها چگونه است. نتایج حاصل از چهار بُعد ارتباطی، جنسیتی فرهنگی-اجتماعی و روان‌شناختی، چهار نوع ذهنیت از جوانان و سه ذهنیت از میان‌سالان را نشان می‌دهد که در بُعد جنسیتی میان دو گروه تفاوت معنادار وجود دارد. زارعی و همکاران (۱۴۰۰) در ادامه پژوهش پیشین در تحلیل جامعه‌شناختی نگرش پولی جوانان شاغل به این نتیجه دست یافتند که نقشه ذهنی جوانان از پول با مفاهیم، امنیت، اخلاق، قدرت، احترام، برابری جنسیتی و ارتباطات تعریف می‌شود.

درمجموع، تحقیقات ایرانی غالباً خانواده و زن را کانون توجه خود دانسته‌اند، به رفتار پولی بیشتر از نگرش و تفکر پولی توجه دارند و پس‌انداز موضوع اصلی آنها است. این مقاله جامعه‌شناختی نگرش پولی را در جامعه بررسی می‌کند که تاکنون موضوع، مقیاس و رویکردهای آن در جامعه پژوهش شده است؛ زیرا انگیزه‌های نهفته در نگرش‌های پولی و تلاش برای کسب جایگاه، قدرت و ارتقای خود باعث تغییر فردی و اجتماعی می‌شود؛ پس ما می‌توانیم نگرش به پول را به‌عنوان ادراک و فهم فرد از پول تصور کنیم که رفتار پولی جامعه را شکل می‌دهد و این نکته حائز اهمیت است که این نگرش چندانکه است و در بافتار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جوامع و فرهنگ‌ها از هم متمایز می‌شود.

پیشینه نظری

در کنار مطالعات ویژه نگرش‌های پولی، نظریه‌پردازان کلاسیک جامعه‌شناسی مانند وبر، زیمل و مارکس با مشاهده انقلاب صنعتی و توسعه بازارهای مالی به کلیه روابط اجتماعی، جذب موضوع پول به‌عنوان یکی از عوامل تغییر

اجتماعی شدند. وبر بر کنترل و قدرت در عمل اقتصادی تأکید دارد (Weber, 1978: 108). مارکس پول را یک موضوع حاشیه‌ای، فراتر از نشانه اقتصاد واقعی و تسهیل‌گر فرایند توزیع به‌مثابه «یک نشانه و علامت از بیان مسائلی که ریشه در سطح زیرین دارد» (Beilbarz, 1996: 24). می‌دانست و به نظر او اعتبار بانکی می‌توانست فراتر از حد معقول گسترش یابد و به قوی‌ترین وسیله برای تولید سرمایه‌داری و به یکی از مؤثرترین ابزارهای بحران و کلاهبرداری تبدیل شود (Marx, 1981). اما در مقابل زیمل آن را به‌عنوان «تجسم و ناب‌ترین بیان مفهوم ارزش اقتصادی» مرکز توجه قرار داد (Simmel, 2004: 101). تا اواسط دهه نود میلادی اقتصاددانی مانند مارکس، نپ^۱ و کینز^۲ و علمای اجتماعی مانند مارسل موس^۳ و کارل پولانی^۴ تلاش‌هایی برای شکل‌دادن به جامعه‌شناسی پول داشتند؛ اما باوجود نیاز انکارناپذیر به گنجاندن مفهوم پول در جامعه‌شناسی، نظریه‌پردازی درباره آن آن‌چنان که باید قوی نیست، به‌جز وبر و زیمل تاکنون جامعه‌شناسان سهم کمی در مطالعه پول داشته‌اند (Ingham, 1996: 509).

تحقیقات درباره پول نه به‌عنوان یک ابزار اقتصادی که به‌مثابه امر اجتماعی از کتاب «فلسفه پول» زیمل آغاز شد؛ اما توجه به مقالات زیمل در حوزه جامعه‌شناسی صوری باعث شد که این کتاب مغفول بماند و در سال ۱۹۷۸ به انگلیسی برگردانده و تنها توسط تعدادی از محققان^۵ بررسی شد (ریتزر، ۱۳۸۹: ۴۰). زیمل پول را مانند «پدیده اجتماعی تام» بررسی کرد که کل جامعه و نهادهایش را در برمی‌گیرد. ویژگی رابطه‌گرایی تام را در ارتباط پیوسته بین پول، فرد و جامعه مدرن در کلیت آن مطرح کرد و این ویژگی جامعه‌شناسی زیمل است که پول با سایر پدیده‌های اجتماعی رابطه دارد و از اینجا است که می‌گوید: «هیچ چیز پیش‌پاافتاده نیست؛ زیرا همه چیز به هم مرتبط است» (Turner, 1986: 95). کشمن در

¹ Knapp

² Keynes

³ Marcel Moss

⁴ Karl Polanyi

⁵ Altmann, 1903; Duprat, 1900; Mead, 1901; Meyer, 1901

مقاله‌ای توضیح می‌دهد که چگونه صد سال بعد از کتاب زیمل که تقریباً همه چیز تبدیل به پول شده، نقش پول در ارتباط میان فردی و فعالیت‌های مبادلاتی انکارناپذیر است. به باور هابرماس پول در این زمینه شکلی ضمنی و تکرارپذیر را از جامعه‌پذیری انباشته‌شده ارائه می‌کند؛ پس باید در زمان بحران‌های محلی و جهانی جوهره نهادینه‌شده پول و تأثیرات اقتصادی و اجتماعی آن بررسی شود؛ ضمن آنکه تأثیر جامعه‌شناختی پول نه تنها به عنوان واسطه کمی و خنثی بلکه به مثابه واسطه ضمنی که به ارزش‌های کیفی و اجتماعی گسترده‌تری مرتبط است، حائز اهمیت باشد. زیمل کسی بود که به نقش پول در چگونگی کنارآمدن مردم با زندگی در جامعه مدرن توجه کرد؛ بنابراین، در حال حاضر نیاز است تا با یک بازبینی مجدد در این جوهره اجتماعی و پشتیبانی به پول به عنوان واسطه نهادینه‌شده تأکید شود (Cashman, 2020). و در حال حاضر اهمیت مطالعه جامعه‌شناسی پول و نقش پول در جامعه مدرن در ارتباط با فردگرایی و نوسازی اجتماعی اهمیت پیدا کرده است.^۱ دفلم معتقد است که تفسیرهای پست مدرن از مفهوم پول را باید در ارتباط با تفسیرهای مدرنیته زیمل قرار داد تا به یک نظریه اجتماعی فراگیر رسید که به موجب آن حقایق تجربی زندگی اجتماعی را تبیین و درکی جامعه‌شناختی را از موضوع پول ممکن کند (Deflem, 2003: 90).

با رشد تفکر کارکردگرایی پارسونز و طرفدارانش در نیمه دوم قرن بیستم، تحلیل‌های زیملی به حاشیه رفتند (Alexander, 1987: 35). برای پارسونز (1950) پول به عنوان نمادی تعمیم‌یافته و وسیله ارتباطی و تعامل اجتماعی است که به خودی خود ارزشی ندارد، بلکه ارزش کالاهایی را مشخص می‌سازد که به آن اشاره دارد (Bazzani, 2020: 11). همین‌طور پارسونز و اسملسر از پول به عنوان واسطه عمومی در تعامل نام می‌برند، کاربرد پول به مثابه قدرت را مهم می‌دانند و بر این باور هستند که «پول نمایانگر تعمیم قدرت خرید به کنترل

تصمیم به مبادله کالا است... و ایستارها را نمادین می‌سازد» (Parsons & Smelser, 1956: 71) رویکرد پارسونز بر ایده تجمع پولی در زیست جهان هابرماس^۲ (1985) مفهوم بازآفرینی لومان^۳ (1989) از پول و بحث‌های گیدنز^۴ (1990 و ۱۳۹۲) از پول و اعتماد در نظریه مدرنیته اثر گذاشت (Dodd, 1994) که بنیان نظریاتشان را بر نظریه زیمل قرار نداده‌اند. آنها پول را به دلیل نقش میانجی‌اش وسیله‌ای برای ترویج تمایز اجتماعی می‌دانستند. در مقابل، رویکرد زیمل توجه بیکر^۵ (1992, 1987)، کلمن^۶ (۱۳۹۰) و زلیزر^۷ (1989) (پوررنگ، ۱۳۸۵) هارت^۸ (1986)، بلک و والندورف^۹ (1990) و داد (1994) را به خود جلب کرد که به دنبال جامعه‌شناسی منسجم و سیستماتیک درباره پول بودند (Zelizer, 1991: 1304). کلمن منزلت اجتماعی را به مثابه جانشین کارکردی پول در نظر گرفت (کلمن، ۱۳۹۰: ۲۰۱). فریزی و دیگران^{۱۰} به بُعد نمادین اشکال تعامل اجتماعی و تحولات جدید در ارتباط با پول و قدرت‌های مردم اندیشیدند و داچمن^{۱۱} (2001) نوع دیگری از جامعه‌شناسی کارکردی پول را بسط داد که در آن مفهوم‌پردازی زیمل از پول به عنوان معنای مطلق و رویکردی مفید از نقش پول در دنیای مدرن در روابط جاری فردگرایی و مدرن‌شدن را ارائه می‌کرد. به‌طور کلی پول مدرن دادوستد را غیرشخصی می‌کند، روابط را از چارچوب سنتی خارج می‌سازد و روابط شخصی را مبادله‌پذیر می‌کند.

مردم‌شناسان پول را به صورت اولیه و مبادله پایایی مطالعه کردند (Dolton, 1967; Hogendorn & Jonson, 1986)؛ اما پول مدرن با رویکرد زیملی همگی سازمان اقتصادی جامعه را مشخص می‌ساخت (دیلینی، ۱۳۹۴: ۱۸۸). اقتصاددانان و تعدادی

² Habermas

³ Luhmann

⁴ Giddens

⁵ Baker

⁶ Colman

⁷ Hart

⁸ Belk & Wallendorf

⁹ Featherstone, 1991; Frisby, 1981; Kracauer, 1995; Weinstein and Weinstein, 1993

¹⁰ Deutschman

¹ Deutschman, 2000; Ritzer, 2001; Sassatelli, 2000; Christoph Deutschman, 2000.

از جامعه‌شناسان معتقد بودند که اقتصاد به‌طور مستقل و جدای از جامعه عمل می‌کند. مردم‌شناسان این دو را تمیزپذیر نمی‌دانستند؛ اما جامعه‌شناسان، پول را به‌عنوان متغیر مستقل که عاملی برای تغییر اجتماعی است یا به‌مثابه متغیر وابسته، مانند پیامدهای ارتباطات اجتماعی با معانی فرهنگی پذیرفتند. مطالعات پسازیملی را می‌توان در گروه دیدگاه‌های ساختاری و فرهنگی با دو سطح خرد و کلان در نظر گرفت. الگوی نقشه‌ها و روابط، موضوع عمده دیدگاه ساختاری است که در سطح خرد پول را به‌عنوان شیء در روابط میان‌شخصی می‌بیند و در سطح کلان زمینه‌های مقررشده مبادله را مانند مکانیسم‌های قانونی و سیاسی حاکم بر تجارت و بازار در بر می‌گیرد. دیدگاه فرهنگی بر طبقه‌بندی‌های شناختی و معانی تداعی‌شونده مرتبط با پول تأکید دارد که در سطح خرد، ارزش‌ها و باورهای افراد را شامل می‌شود که بر رفتارشان در ارتباط با پول تأثیر می‌نهد و در سطح کلان دستگاه‌های معانی و اعتقادی وسیع‌تری همچون مذهب و ارزش‌های مدنی جامعه را معین می‌سازد (Baker & Jimerson, 1992: 679-680). این امر به پول به‌مانند علت یا تسهیل‌کننده (متغیر مستقل) اشاره دارد و از طرف دیگر به‌مثابه اثر، پیامد یا نتیجه می‌نگرد. اقتصاددانان معمولاً به پول به‌عنوان متغیر مستقل توجه می‌کنند. جامعه‌شناسان کلاسیک به جز زیمیل وارد موضوع مکانیسم‌های پول در سطح خرد نشدند، بلکه پول را در سطح کلان اجتماعی بررسی کردند؛ مانند مطالعاتی که جامعه‌اتوپایی متأثر از پول را (Dodd, 1994, 2005, 2015, 2014) به‌عنوان الگویی از روابط اجتماعی و اقتصادی می‌شناسند (Dodd, 2014: 93) و مدل‌های تجارت با دارایی‌های مالی را توزیع مکنون و ناپیدای روابط قدرت در بین افراد حقیقی و حقوقی می‌پندارند (Baker, 1987). در مقابل جامعه‌شناسان معاصر این معادله را معکوس ساختند و در سطح خرد از تأثیراتی صحبت کردند که نقش‌های جنسی غالب و ساختار قدرت در خانواده بر چگونگی استفاده از پول می‌گذارد (Zelizer, 1989) مانند نظریه پویایی سرمایه‌داری که بر چهار

عنصر اساسی پول و اعتبار، سرمایه‌گذاری، نوآوری و مصرف با توجه به نقش انتظارات تأکید دارد (Beckert, 2015: 75). به باور محققان همچنان چارچوب نظری کامل و جامعی درباره پول وجود ندارد (Baker & Jimerson, 1992; Deflem, 2003; Ingham, 2006). مطالعات وسیعی در اواخر دهه هشتاد و دهه نود با موضوع پول انجام گرفت. در این دهه داد (1994) و زلیزر (1994) بررسی روابط پولی را برای کسب استقلال بیشتر در تحقیقات و علیه سلطه اقتصاد در حوزه پولی شروع کردند و زلیزر به‌طور واضح گفت بدون بررسی جامعه‌شناسانه، مقوله پول بدون تحلیل باقی می‌ماند (Zelizer, 1994: 4). نکته حائز اهمیت آن بود که اقتصاددانان تلاش می‌کردند تا مفهومی کلی از پول به‌عنوان سنگ بنای بررسی فرایندها و نهادهای پولی به‌عنوان سوژه‌ای مطلق، مبادله‌پذیر، کیفی، خنثی و تقسیم‌پذیر با ماهیت عقلانی داشته باشند؛ اما این زلیزر بود که مفهوم چندگانگی را بیان کرد تا بنیان قدرتمند و ایدئولوژیک پول را در تمدن مدرن نقد کند. فریدمن معتقد است تلاش او ضد کارکردگرا و انتزاعی بود که نقد شد (Friedman, 1995: 518). از همان ابتدا زلیزر به دلایلی اعلام کرد که جامعه‌شناسان از این جهت که نمی‌توانند راهی برای مطالعات اقتصادی بیابند، مطالعات پولی تا حد زیادی بر نظریات اقتصادی بنا شده است؛ علاوه‌بر آن، موقعیت جامعه‌شناسی در میان نظریه‌های پولی مشخص نیست و حتی کتاب زیمیل بعد از ۸۰ سال به انگلیسی ترجمه شد و صرف نظر از اینکه آیا می‌توان آن را به‌عنوان یک نظریه پولی و موضوع مناسبی برای تحقیقات اجتماعی و محدودیت‌های پذیرش مطالعات در این زمینه شناخت یا نه، نشان می‌دهد که «هیچ مطالعه جامعه‌شناسی پول نظام‌مندی وجود ندارد» (Zelizer, 1991: 1304).

مبانی نظری پژوهش

تاکنون مطالعات بسیاری با موضوع پول در سطوح کلان، میانه و خرد در میان اشخاص حقیقی، شرکت‌های خصوصی و چندملیتی با تحول در بسیاری از حوزه‌های مرتبط با تجارت

و بازار انجام شده است که ایده‌های زیرمیل دربارهٔ اقتصاد پولی بستری برای ارزیابی مجدد رابطهٔ پول و جامعه و ارتباط آن با تزلزل فرد در عصر پرتلاطم و بحرانی اقتصاد جهانی بوده است. از منظر زیرمیل موضوع گردش پول و نظام‌های مشترک معنایی مرتبط با آن، جنبه‌های متنوع اجتماعی و فرهنگی بسیاری مانند زمان، فضا، فاصله، حرکت، سرعت و... را پیش روی محققان قرار می‌دهد؛ زیرا چگونگی تحرک و حرکت فرهنگ با تغییر پول معنا پیدا می‌کند. این برداشت از زیرمیل وجود دارد که به‌واسطهٔ توسعهٔ اقتصادی، پول به‌عنوان نشانه و نمادی از فرهنگ مدرن در هر مبادله، معامله و رابطهٔ پولی بیانگر فرهنگ پول مدرن است، تا آنجا که آلن و پریکی با دریافتی تازه معتقدند که به‌جای فرهنگ پول می‌توان از «فرهنگ‌های پول» صحبت کرد (Allen & Pryke, 1999: 52). پول برای زیرمیل هدف مطلق، ارزش مطلق، وسیلهٔ مطلق و نشانه‌ای تمام است؛ بنابراین، زیرمیل نه‌تنها تحلیلی جامعه‌شناختی ارائه می‌دهد، بلکه از عملکرد و تأثیرات پول در جامعهٔ مدرن و درهم‌تنیدگی روابط اجتماعی و ارزیابی ما در ارتباط با پول سخن می‌گوید.

امروزه این دیدگاه زیرمیل که پول پدیده‌ای جامعه‌شناختی و جهان‌شمول است و باعث می‌شود همه‌چیز قابل تجارت شود، امری پذیرفته شده است. زیرمیل فرهنگ اشیا را به‌صورت فرهنگی انسانی مطرح می‌سازد که این فرهنگ ابژه‌محور نه داخل در مفاهیم کلی، بلکه در اشیای روزمره معنا می‌یابد؛ از این‌رو نظریهٔ جامعه‌شناسی پول می‌کوشد تا تفاوت‌هایی را مشخص سازد که در آن افراد با استفاده از پول، آن را تفسیر، طبقه‌بندی و سازمان‌دهی می‌کنند (Zelizer, 2000: 1980)؛ براین‌اساس فرهنگ معین می‌کند که پول چیست و به چه معناست. زلیزر در کتاب «معنای اجتماعی پول» معتقد است که معنای اجتماعی پول در حال تغییر است، زندگی اجتماعی پول را تغییر می‌دهد و پول موجودیت همگن نیست (Zelizer, 2004: 21) و تا به حال، اشیای بسیاری مانند هدیه، تمبر، کوپن و غیره در ردهٔ پول قرار گرفته و جایگزین پول شده‌اند. زلیزر

با پذیرش کارکردهای اقتصادی پول معتقد است که پول بسیار متأثر از ساختارهای اجتماعی و فرهنگی است و نتیجه می‌گیرد که تاکنون رویکرد فایده‌گرایانه^۱ کلاسیک، تقلیل‌گراانه بوده است؛ زیرا برخلاف رویکرد کلاسیک فقط پول نیست که به ساختارها و رفتارهای اجتماعی شکل می‌دهد، بلکه خود پول نیز در تعامل با ساختارها دچار دگرگونی می‌شود (Zelizer, 1989). وبر و زیرمیل بین پول مدرن و ارزش‌های انسانی تضاد می‌بینند؛ چون پول پیوندهای انسانی را به روابط صرفاً پولی تبدیل می‌کند؛ اما زلیزر برخلاف این دو معتقد است که با پول می‌توان روابط صمیمانه را کسب کرد و باوجود آنکه پولی‌شدن چالش‌های اساسی را به وجود آورده است، اما افراد پول را در پیوندهای اجتماعی متقابل خود پذیرفته‌اند. از طرف دیگر، پول پرسش‌های اخلاقی بسیاری به وجود می‌آورد (Zelizer, 2005: 2; 35) که می‌توان آن را به طیف وسیعی از معانی اجتماعی نسبت داد که باتوجه‌به زمینه‌های اجتماعی و شیوه‌های فرهنگی با پول تعریف می‌شوند. زلیزر در پژوهشی نشان می‌دهد که چگونه معنی پول با تغییر موقعیت اجتماعی افراد به معنایی دیگر مانند ایجاد تمایز با شخصی‌سازی پول تبدیل می‌شود (Zelizer, 2003: 203)؛ بنابراین، پول وسیله‌ای است تا به‌واسطهٔ آن روابط اجتماعی تجربه شود (Zelizer, 1994: 403).

درک ویژگی تاریخی-اجتماعی پول به‌عنوان نهادی اجتماعی و شیوه‌های کاربردی آن جریانی کارکردگرایانه را از پول شکل داده است (Ingham, 2001). از این بابت، پول انتزاعی‌ترین کالا برای مطالبات و کسب اعتبار محسوب می‌شود (Ingham, 2004a: 6)؛ بنابراین، پول همان کاری است که انجام می‌شود و اینکه چه کاری است، واقعاً مهم نیست. اینگهام در کتاب «ماهیت پول» این نظر را رد می‌کند که پول در جامعه تسهیل‌کنندهٔ صرف است و مبانی نظری او بر چند اصل استوار است: اول آنکه پول تنها وسیلهٔ مبادله نیست، بلکه معیاری انتزاعی برای ارزش و واحد شمارش یا توانایی

¹ Utilitarian Approach

انباشت و انتقال است؛ بنابراین، او حساب و شمارش برای ارزش را مقدم بر مبادله بازار می‌داند؛ دوم آنکه پول اساساً از کالا تشکیل نمی‌شود، بلکه مطالبه انتزاعی (اعتبار، تعهد، قدرت نهادی) است؛ زیرا ظرفیت تبدیل شدن به اعتبار را دارد. روش‌های مختلف تولید پول از گذشته از الواح گلی، سکه، کاغذ و دیجیتالی، ماهیت رابطه‌ای بودن آن را برجسته می‌سازد و سوم اینکه پول به سبب مرجع تضمین‌کننده آن، ثبات ارزش می‌یابد؛ پس به عنوان قدرتی اقتصادی، مستقل است و دولت آن را پشتیبانی می‌کند (Ingham, 2004a: 69-85). بنا بر تعریف اینگهام درواقع پول به عنوان موجودیتی دوگانه مفهوم‌پردازی شده است. قدرتی زیرساختی است که مبنای عقلانی‌سازی زندگی اجتماعی ترقی‌خواه و گسترش توانایی جامعه بشری را برای انجام کارها فراهم می‌کند و نیز قدرت مستبدی است که می‌تواند توسط علایق خاص مختص شود (Ingham, 2004a: 4). محققان معاصر غالباً پول را به عنوان پدیده‌ای فریبنده در نظر می‌گیرند که تضادها را بیان می‌کند. پول دو کیفیت بنیادین را نهان می‌کند؛ در زمان واحد، حسابداری انتزاعی و کلی دارد و نیز دارای ارزش‌های پولی خاص و مشخص است و محققان (Hodgson, 2001: 296; Dodd, 2005: 563) زلیزر نیز تأکید می‌کند که پس از ارسطو محققان موافق هستند که پول پارادوکس واقعی یا بی‌معنی بودن عجیب دارد؛ زیرا پدیده‌ای جهانی/محلی و نیز یکنواخت/متنوع است (Zelizer, 2000).

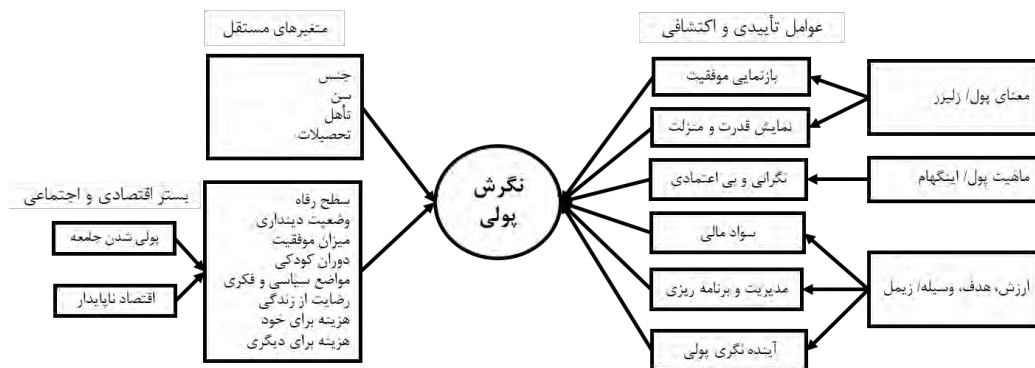
اینگهام که به مانند زیمل خود را رابطه‌گرایی روش‌شناختی می‌داند، می‌گوید که مطالعه پول در علوم اجتماعی، پس از اختلاف روشی^۱ درباره اعتبار روش‌شناختی باعث تقسیم کار فکری و تشکیل مکتب اقتصاددانان اتریشی شد و جامعه‌شناسی و اقتصاد هرکدام با علایق و روش‌های مختص به خود به این موضوع پرداختند؛ توجه به ماهیت پول را رها کردند و بر شرایط فرهنگی و اجتماعی متمرکز شدند که اجازه گردش پول را می‌داد (Ingham, 2004a: 59). اقتصاددانان از نگاه هستی‌شناختی، ماهیت و چپستی پول را با دو رویکرد کالایی

و اعتباری متمایز می‌کنند. تبیین کالایی از پول با عنوان فلزگرایی^۲ پول را به مانند سایر کالاها یک واقعیت اقتصادی می‌داند و تاکنون توجه لیبرال‌های اقتصادی را به خود جلب کرده است و از آنجایی که به مرور زمان تبدیل به واسطه مبادله شده است، کالایی مبادله‌پذیر است؛ بنابراین دارای ارزش ذاتی و سه کارکرد واسطه مبادله^۳، واحد محاسبه^۴ و ذخیره ارزش^۵ است (Hülsmann, 2008). در مقابل این رویکرد نظریه اعتباری در قرن بیستم شکل گرفت که به تفکیک بین پول و عینیت و کارکرد پول و به تعبیر زیمل ماده پولی می‌پردازد. زیمل پیش‌بینی می‌کند که روزی پیشرفت فناوری، پول را از شکل فیزیکی آن آزاد می‌کند و حقیقت پول به عنوان پدیده‌ای اجتماعی آشکار خواهد شد (Simmel, 2004: 165)؛ به همین سبب برای زیمل پول نمایانگر ارزش انتزاعی، یعنی ارزش اشیا به دور از خود آنها بوده است (Simmel, 2004: 120)؛ اما اینگهام نیز معتقد است که «پول یک رابطه اجتماعی و قدرت خرید انتزاعی است»؛ بر این مبنا باید به عنوان یک مطالبه یا اعتبار فهمیده شود که مستقل از تولید کالا و خدمات است و به وسیله روابط اجتماعی خاصی به وجود می‌آید (Ingham, 2004a: 57). در این رویکرد ارزش پول به پذیرفتگی آن تأکید دارد. همان‌طور که در تحولات پولی جدید، پول بدون پشتوانه فلزی و دیجیتالی پذیرفته می‌شود. پس پول با ارزش اعتباری پدیده‌ای اجتماعی است. اعتبار آن در پذیرش دریافت‌کننده‌ای است که مطمئن است می‌تواند از طریق آن کالا و خدمات دریافت کند (Lau & Smithin, 2002: 13). با این حساب کارکرد محاسبه ارزش، نقش اصلی پول است و از بین رفتن شکل مادی پول در مبادله‌های امروزی، ماهیت پول را به عنوان بیان انتزاعی ارزش‌ها آشکار می‌سازد (Ingham, 2004a: 70). اینگهام استدلال می‌کند که جامعه‌شناسی و اقتصاد مدرن نکته‌ای کلیدی از این رویکرد را درک نکرده‌اند که پول تنها یک نشانه نمادین نیست که «سیستم‌های اجتماعی از هم‌گسیخته» را ادغام

² Metalism³ Medium of Exchange⁴ Unit of Account⁵ Store of Value¹ Methodenstreit

می‌کند، بلکه به‌خودی‌خود، ارزش و کنترل تولید پول یک نهاد اجتماعی محوری است (Ingham, 2004a: 61). عرف اجتماعی نیز پول را دارای ارزش محاسباتی و مبادله‌ای می‌داند که دارای مؤلفه عینی است و به شکل فلز، کاغذ، عدد دیده می‌شود. با این تفاوت که زیمِل پول را طلبی از جامعه می‌داند و اینگهام به‌مثابه یک تعهد به پرداخت می‌پندارد؛ اما هر دو به لحاظ هستی‌شناختی پول را یک وجود ذهنی می‌دانند. به‌طورکلی از منظر اینگهام و زلیزر جامعه در اثر شرایط خاص اجتماعی-تاریخی پول را تغییر می‌دهد و به باور زیمِل پول موجب تغییر جامعه می‌شود و قادر به ایجاد اثرات

اقتصادی و اجتماعی مرتبط است. توجه به هر دو سویه برای درک چگونگی کارکرد پول در جامعه مهم است (Evans, 2009). استعاره‌ای که نشان‌دهنده تعامل پول و جامعه با حرکت دوسویه پول-تغییر ارزش و ارزش-تغییر پول تعبیر می‌شود (Sartori, 2016: 285). جامعه‌شناسی پول نظام‌مند و سیستماتیک باید دیدگاه‌های ساختاری و فرهنگی را در هر دو سطح خرد و کلان در خود جای دهد و بتواند به پول به‌مثابه علت و نیز به‌مثابه معلول بنگرد. رویکردی که با توجه به نظریه‌های زیمِل، اینگهام و زلیزر چارچوب نظری مقاله را می‌سازند.



نمودار ۱- چارچوب نظری پژوهش با رویکرد زیمِل، زلیزر و اینگهام و مقیاس نگرش‌های پولی لی و فورنهام (2018)

Chart 1- Theoretical framework of the research with the approach of simmel, zelizer, and ingham and the monetary attitudes scale of Lay and Farnham (2018)

اعمال قدرت و منزلت اجتماعی می‌دانند. فرضیه ششم: افراد با تحصیلات پایین بیش از دیگران از نداشتن سواد مالی نگران هستند. فرضیه هفتم: افراد متأهل بیش از مجردان سرمایه‌گذاری می‌کنند و آینده‌نگری پولی دارند.

روش پژوهش

روش پژوهش کمی با تکنیک پیمایش است. شیوه تحلیل داده مبتنی بر رهیافت دیالکتیکی پیوسته یا دوگانه‌گرایی^۱ زیمِل است که به‌لحاظ روش‌شناسی برای فهم پدیده اجتماعی پول

باتوجه به تعداد عوامل و متغیرهای مندرج در مقیاس نگرش‌های پولی، فرضیه‌های پژوهش موارد ذیل هستند: فرضیه اول: آینده‌نگری پولی یکی از عوامل اکتشافی نگرش‌های پولی در جامعه مطالعه شده است. فرضیه دوم: زنان بیش از مردان از میزان پس‌انداز خود نگران و مضطرب هستند. فرضیه سوم: افراد با تحصیلات بالا بیش از دیگران برنامه‌ریزی مالی دارند. فرضیه چهارم: افراد با تحصیلات پایین بیش از دیگران پول را نشانه موفقیت می‌دانند. فرضیه پنجم: مردان بیش از زنان پول را ابزاری برای

¹ Dualisme

به کار می‌رود؛ از این رو رفت و آمد میان استقرا و قیاس در فرایند تحقیق از گویه‌سازی تا تحلیل وجود دارد. پس از بررسی تکنیک‌ها، ابزارها و مقیاس‌های مطالعات پول، تکنیک پیمایش با پرسش‌نامه نیمه‌ساختاریافته و مقیاس‌های استاندارد نگرش و باورهای پولی (Lay & Furnham & Grover, 2019; Furnham, 2018) به صورت آنلاین و حضوری آزمون شد. مقیاس جدید لی و فورنهام از تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی استفاده می‌کند و با افزودن معیار سواد مالی به مقیاس‌های پیشین به مدلی پنج‌عاملی دست می‌یابد که شامل دستاورد و موفقیت، قدرت و موقعیت، متفکر و مسئولیت‌پذیر، اضطراب پس‌انداز، نگرانی از سواد مالی است. همچنین گویه‌ها در ارتباط با متغیرهای جنس، سن، تحصیلات، ایدئولوژی سیاسی و مذهبی، شادی و موفقیت تجزیه و تحلیل می‌شوند. پرسش‌نامه اولیه پس از دو آزمون توسط شماری از محققان و جمعیت نمونه، مصاحبه با متخصصان درباره عادات و باورهای پولی و تحقیقات تجربی با تغییرات در تعدادی از گویه‌ها همراه شد. یکی از موارد اضافه‌نمودن گویه‌های به دست آمده از مطالعه کیفی و اکتشافی است که به عامل آینده‌نگری پولی اشاره دارد. بر این مبنا پرسش‌نامه در دو بخش تنظیم شده است: بخش اول شامل متغیرهای زمینه‌ای جنس، سن، تحصیلات، تأهل و متغیرهای سطح رفاه، میزان موفقیت، نگرش و تفکر سیاسی، میزان رضایت از زندگی، دوران کودکی، رفتار پولی با استفاده از مقیاس ۱۰ درجه‌ای لیکرت از ۱ (به هیچ وجه) تا ۱۰ (خیلی) و بخش دوم، از پرسش‌نامه با ۳۴ گویه در مقیاس لیکرت ۷ درجه‌ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق است.

جامعه آماری، شهروندان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران با جمعیت حدود ۱۰ میلیون نفر است که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مرحله‌ای براساس جمعیت در هر منطقه ۳۹۰ نمونه انتخاب شد. از آنجایی که تحلیل عاملی از اندازه‌گیری و خطای نمونه‌گیری متأثر است و شناسایی معتبر عامل‌ها و وزن‌های عاملی به نمونه‌های بزرگ نیاز دارند تا عامل‌پذیری بهتری

انجام شود و خطای واریانس را از بین ببرند، پس مطلوب و ضروری بود که از نمونه‌های بزرگ و اجرای مجدد آزمون استفاده شود تا حقیقت عامل‌ها قابل اعتماد باشد؛ بنابراین، جمعیت نمونه با توجه به حداقل ۱۰ نمونه برای هر معرف در تحلیل عاملی و برای سطح اطمینان ۹۵٪ ($p.value < 0.05$) و توان ۸۰٪ با استفاده از نرم‌افزار سمپل پاور^۱ به دست آمد.

هدف از کاربرد تحلیل عامل این است که عامل‌پذیر بودن معرف‌ها در ارتباط جامعه و پول در ایران سنجش شود تا درک کنیم که معنای اجتماعی پول برای مردم چیست. بر این پایه بررسی می‌کنیم که آیا گویه‌های مقیاس نگرش و باورهای پولی در ایران عامل‌پذیر هستند، در این تحلیل چند عامل به دست خواهد آمد و این عوامل چه یافته‌های تازه‌ای در مقایسه با تحقیقات پیشین دارند. سپس با بررسی همبستگی عامل‌ها و متغیرها با ضریب پیرسون، میزان همبستگی سنجش شود. تجزیه و تحلیل واریانس یک‌طرفه ارتباط میان متغیرهای هر عامل با متغیرهای زمینه‌ای تبیین می‌شود؛ در نهایت رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی نگرش‌های پولی به کار می‌رود.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت نمونه

جدول درصد فراوانی نشان می‌دهد که توزیع نرمال در دو متغیر جنس و وضعیت تأهل وجود دارد و پراکندگی اندک است. میانگین سن پاسخ‌گویان ۳۶ سال و بیشترین تعداد ۴۰ ساله هستند. افراد لیسانس با ۳۳.۱٪ بیشترین فراوانی را در زمینه تحصیلات دارند.

در رابطه با متغیرهای سنجیده‌شده حدود ۹۶٪ پاسخ‌گویان کیفیت رفاهی خود را در حد ضعیف و متوسط ارزیابی می‌کنند. ۳۶.۸٪ جایگاه دینداری خود را در دامنه پایین قرار دادند و حتی ۶.۸٪ خود را کاملاً بی‌اعتقاد می‌پندارند. کمی بیش از ۳۳٪ افراد از میزان موفقیت در زندگی اجتماعی و اقتصادی خود راضی نیستند و خود را شکست‌خورده

¹ Sampel Power

۱۳.۲٪ از زندگی خود راضی هستند. حدود ۹۲٪ افراد برای خود هزینه می‌کنند و حدود ۸۲٪ نیز برای دیگران هم خرج می‌کنند. در این میان ۱۰٪ پاسخ‌گویان به دیگران خساست به خرج می‌دهند. یافته‌ها نشان می‌دهد که پاسخ‌گویان عموماً از وضعیت اقتصادی و اجتماعی خود رضایت ندارند و خود را ناموفق می‌دانند.

می‌دانند. و ۹.۸٪ پاسخ‌گویان خود را موفق می‌دانند. در رابطه با دوران کودکی، ۲۴.۸٪ کودکی غم‌باری را گذرانده‌اند و ۳۵.۳٪ نیز دوران شادی داشتند. از نظر جهت‌گیری فکری و سیاسی به وقایع روز، ۲۷.۱٪ خود را محافظه‌کار می‌دانند و ۶۰.۹٪ میانه‌رو هستند. در پاسخ به سؤال میزان رضایت از زندگی، ۳۷.۶٪ بیان داشتند که غمگین و ناراضی هستند و

جدول ۱- آمار توصیفی با بررسی توزیع فراوانی، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی

Table 1- Descriptive statistics by examining the distribution of frequency, central indicators, and dispersion

Descriptives									
Var	SD	SE	M	Fre%					۳۹۰N=
۰.۲۴۹	۰.۴۹۹	۰.۰۴۳	۱.۵۵	زن					جنس
				۵۴.۹	۴۵.۱				
۰.۲۵۲	۰.۵۰۲	۰.۰۴۳	۱.۵۲	متاهل					تاهل
				۴۸.۱	۵۱.۹				
۱۲۱.۵۶۸	۱۱.۰۲۶	۰.۹۵۶	۳۶.۰۱	۵۵-۶۵ سال	۴۵-۵۴ سال	۳۵-۴۴ سال	۲۵-۳۴ سال	۱۸-۲۴ سال	سن
				۹.۲	۱۷.۹	۲۸.۴	۲۳.۳	۲۱.۲	
۱.۴۳۴	۱.۱۹۸	۰.۱۰۴	۴.۱۱	دکتر	فوق لیسانس	لیسانس	دانشجو	دیپلم	تحصیلات
				۱۲.۸	۲۶.۳	۳۳.۱	۱۵	۱۲.۸	
Var	SD	SE	M	دامنه بالا	دامنه متوسط	دامنه پایین			
۲.۹۳۴	۱.۷۱۳	۰.۱۴۹	۴.۷۴	۳.۸	۵۴.۱	۴۲.۱	سطح رفاه (فقیر-مرفه)		
۶.۲۱۷	۲.۵۵۳	۰.۲۲۱	۵.۲۴	۲۲.۲	۴۰.۶	۳۶.۸	وضعیت دینداری (بی‌اعتقاد-معتقد)		
۳.۰۴۸	۱.۷۴۶	۰.۱۵۱	۵.۲۴	۹.۸	۵۷.۱	۳۳.۱	میزان موفقیت (شکست‌خورده-بسیارموفق)		
۵.۹۵۷	۲.۴۴۱	۰.۲۱۲	۶.۲۴	۳۵.۳	۳۹.۹	۲۴.۸	دوران کودکی (غم‌بار-شاد)		
۳.۸۵۷	۱.۹۶۴	۰.۱۷۰	۵.۲۹	۱۲.۲	۶۰.۹	۲۷.۱	مواضع سیاسی و فکری (محافظه‌کار-افراطی)		
۴.۱۵۶	۲.۰۳۹	۰.۱۷۷	۵.۱۱	۱۳.۲	۴۸.۸	۳۷.۶	رضایت از زندگی (غمگین-شاد)		
۲.۸۱۶	۱.۶۷۸	۰.۱۴۶	۶.۳۹	۲۳.۳	۶۸.۴	۸.۳	هزینه برای خود (خسب-ولخرج)		
۵.۰۵۱	۲.۲۴۷	۰.۱۹۵	۶.۳۲	۳۱.۶	۴۹.۶	۱۸.۸	هزینه برای دیگری (خسب-ولخرج)		

آزمون بارتلت نشان می‌دهد که امکان انجام تحلیل عاملی معنی‌دار بر داده‌ها وجود دارد و نیز در سطح معناداری ($p < ۰.۰۰۱$) از توانایی بارهای عاملی حمایت می‌کند.

تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی

با هدف تحلیل عاملی اکتشافی^۱ موقتاً نظریه و نتایج تحقیقات پیشین کنار گذاشته شدند. عامل‌پذیر بودن متغیرها با آزمون^۲ (KMO) یا اندازه‌کفایت نمونه‌گیری انجام شد و مقدار واریانس درون داده‌ها را با مقدار ۰.۷۷ تأکید کرد. نتیجه

^۱ Explanatory Factor Analysis (EFA)

^۲ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

جدول ۲- نتایج آزمون کفایت نمونه‌گیری، بارتلت و معرف‌های اشتراکی

Table 2 – Results of the sample adequacy test, Bartlett's test, and communalities variances

KMO and Bartlett's Test		Item Communalities	
KMO	۰.۷۷۴	<۱.۰۰۰	۳۴
Chi-square	۱۸۰۴.۲۶۰	۰.۵۰ < ۰.۱۰	۸
df	۶۶۶	۰.۷۰ < ۰.۵۰	۱۷
Sig.	۰.۰۰۰	۱.۰۰۰ < ۰.۷۰	۹

عاملی، همبستگی‌های متغیرها با عامل‌ها است که طبق جدول بدون توجه به علامت مثبت یا منفی غالباً به‌عنوان بارهای عاملی بالا و بیشتر از ۰.۴۰ هستند. آزمون نیکویی برازش^۵، استقلال و کاربرد توزیع کای^۲، نشان می‌دهد که داده‌ها متناسب توزیع شده است. مقادیر بالای ۰.۹۵ برای شاخص تناسب مقایسه‌ای (CFI) تناسب بسیار خوبی است و مقادیر RMSEA بهتر است در محدوده ۰.۰۸ یا ۰.۰۷ باشد. همچنین مجذور کای^۲ با مقدار ۷۹۴.۶۴ معنی‌دار است.

نتایج جدول اشتراکات^۱ نشان می‌دهد که عامل‌های نهایی یا استخراج‌شده عموماً توانسته‌اند میزان واریانس بیشتر از ۵۰٪ را براساس مقدار ویژه^۱ برای هر متغیر تبیین کنند. در رابطه با میزان واریانس تبیین‌شده متغیرهای کمتر از ۰.۵۰ با احتیاط رفتار می‌شود و با در نظر گرفتن بار عاملی و اهمیت وجود آن متغیر در پژوهش، اقدام به حذف، اصلاح یا حفظ آن متغیر شد. در جدول واریانس‌های تشریح‌شده^۲ کل فهرست ترکیبات تعیین می‌شود که تعداد عامل‌های استخراج‌شده و همچنین درصد واریانس کل را نمایش می‌دهد. با در نظر گرفتن حداقل مقدار ویژه^۱ یک برای انتخاب عامل‌های نهایی، شش عامل مشخص شد. درصد واریانس نسبت واریانس محاسبه‌شده برای هر ترکیب به مجموع واریانس‌ها نشان می‌دهد که عامل اول تقریباً ۲۰٪ از واریانس تمامی معرف‌ها را تبیین می‌کند. این مقدار برای عامل دوم ۱۶٪، عامل سوم ۱۴٪، عامل چهارم ۱۲٪، عامل پنجم ۱۱٪ و عامل ششم ۸٪ است. در مجموع درصد تجمعی معرف‌ها با ۸۱٪ از واریانس تمامی متغیرهای پژوهش را تبیین می‌کند؛ بنابراین فرضیه^۳ اول با معرفی آینده‌نگری پولی تأیید می‌شود.

جدول ماتریکس عناصر^۳ نشان‌دهنده بارهای عاملی متغیرهای پژوهش قبل از چرخش است و از آنجایی که قبل از انجام چرخش، متغیرها در روی عامل‌ها به‌خوبی تفکیک نمی‌شوند، برای تفسیرپذیرکردن عامل‌ها از جدول بارهای عاملی بعد از چرخش واریماکس^۴ استفاده می‌شود. بارهای

¹ Communalities² Total Variance Explained³ Component Matrix⁴ Rotated Component Matrixa⁵ Goodness of Fit Test

جدول شماره ۳- بارهای عاملی بعد از چرخش واریماکس و نتایج آزمون نیکویی برازش
Table 3- Factor loadings after varimax rotation and goodness-of-fit test results

RRotated Component Matrix		درصد واریانس					
عامل	معرف	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱	پول شاخص خوبی برای نشان دادن دستاوردها و موفقیت در زندگی است.	۰.۷۴۷					
۲	بازنمایی		۰.۷۰۵				٪۲۰
۳	موفقیت		۰.۶۴۵				
۴	یکی از بهترین دستاوردهای زندگی به دست آوردن پول زیاد است.	۰.۶۲۳					
۵	یکی از بهترین معیارهای موفقیت در زندگی میزان پولی است که به دست آورده‌اید.	۰.۶۱۱					
۶	فکر می‌کنم اگر پول داشته باشم، توان انجام هر کاری را دارم.	۰.۶۰۵					
۷	مقدار پولی که تاکنون پس‌انداز کرده‌ام اصلاً کافی نیست.		۰.۸۲۳				
۸	من یک ترس واقعی از تمام‌شدن پول دارم.		۰.۶۸۸				
۹	نگرانی		۰.۶۴۹				٪۱۶
۱۰	و		۰.۶۵۸				
۱۱	بی‌اعتمادی		۰.۵۱۵				
۱۲	حتی فکر کردن به پول‌هایم، من را مضطرب می‌کند.		۰.۴۹۸				
۱۳	من برند محصولاتی را که خریده‌ام به مردم نشان می‌دهم.		۰.۸۱۸				
۱۴	نمایش		۰.۷۶۱				
۱۵	خوشحالم از اینکه با پرداخت پول، مردم را برای کمک به خودم قدرت و منزلت		۰.۵۵۰				٪۱۴
۱۶	ترغیب می‌کنم.		۰.۴۹۷				
۱۷	من بسیار خوشحال می‌شوم که به مردم بگویم، چقدر پول دارم.		۰.۴۸۰				
۱۸	من به پیروزی‌های مالی خود افتخار می‌کنم و درباره آنها به مردم می‌گویم.						
۱۹	وقتی درباره امور مالی شخصی‌ام صحبت می‌کنم، احساس اضطراب و حالت دفاعی دارم			۰.۸۶۶			
۲۰	برای خرید چیزهای خوب در زندگی به پول نیاز دارید.			۰.۷۹۱			٪۱۲
۲۱	بی‌سوادی			۰.۷۵۰			
۲۲	من از صحبت کردن درباره بسیاری از مسائل مالی احساس حماقت و خجالت می‌کنم.						
۲۳	من صحبت‌های مالی و اصطلاحات تخصصی را نمی‌فهمم.			۰.۶۸۶			
۲۴	ای کاش مسائل پولی و مالی را بهتر از این می‌فهمیدم.			۰.۴۸۶			
۲۵	من به توانایی خود در پس‌انداز پول افتخار می‌کنم.				۰.۸۹۶		
۲۶	من برای جلوگیری از جریمه، قبوض را بلافاصله پرداخت می‌کنم.				۰.۸۸۰		
۲۷	برای من بسیار مهم است که برای یک روز سخت پول پس‌انداز کنم.				۰.۷۶۴		
۲۸	من در بودجه‌بندی خیلی خوب هستم.				۰.۷۴۳		
۲۹	من از نزدیک امور مالی خود را پیگیری می‌کنم.				۰.۶۹۹		٪۱۱

RRotated Component Matrix

درصد واریانس	بارهای عاملی	معرف	عامل
۲۸	-۰.۴۸۶	فکر می‌کنم پول بی‌ارزش است و از دست دادن آن نباید من را نگران و ناراحت کند.	تفکر و مدیریت
۲۹	۰.۴۷۹	چیزهای باارزش مثل آرامش، خانواده خوب و سلامتی را به پول ترجیح می‌دهم.	پولی
۳۰	۰.۸۲۵	فکر می‌کنم خرید ملک و زمین بهترین نوع سرمایه‌گذاری است.	
۳۱	۰.۷۶۸	ترجیح می‌دهم دلار و یورو را به جای ریال، پس‌انداز کنم.	
۳۲	۰.۷۱۵	اگر پول زیادی به دستم برسد، بخش عمده‌ای از آن را سرمایه‌گذاری آینده‌نگری می‌کنم.	پولی
۳۳	۰.۶۱۵	معتقدم نگهداری پول در بانک ارزشی ندارد؛ بنابراین، در بازارهای مالی مثل بورس، فارکس، ارزهای دیجیتال سرمایه‌گذاری کرده‌ام.	
۳۴	-۰.۵۱۰	به آینده پولی خود امیدوار و خوشبین هستم.	
a	۰.۸۹۱	۰.۸۹۶ ۰.۸۱۹۰.۷۲۸۰.۷۸۶۰.۷۶۶۰.۷۲۵	CFI
M	۵.۶۷۷	۳.۶۱۲۲.۳۳۱۳.۱۹۰۴.۲۵۴ ۳.۸۷۶	RMSEA
SD	۱.۳۲۶	۰.۹۷۲۰.۸۴۳۰.۹۸۶۱.۱۵۴ ۰.۹۹۲	TLI

بررسی همبستگی عامل‌ها و متغیرها با ضریب پیرسون داده‌ها با آمار توصیفی همبستگی پیرسون با اصلاحات بونفرونی در سطح اطمینان ۹۵ و ۹۹ درصد محاسبه شدند. همبستگی‌های معنادار در سطح ۹۹٪ و ۹۵٪ ($p < ۰/۰۱$)، ($p < ۰/۰۵$) عموماً ضعیف و متوسط هستند. عامل دستیابی به موفقیت با سایر عوامل به‌جز سواد مالی همبستگی دارد. همچنین این عامل با متغیرهای زمینه‌ای سن و تحصیلات همبستگی منفی دارد. افراد جوان با تحصیلات کمتر معتقد هستند که پول نشانه موفقیت افراد در زندگی است. پاسخ‌گویی که رضایت از زندگی کمتر دارند و خود را شکست‌خورده می‌دانند، پول را برای موفقیت بااهمیت‌تر می‌دانند. همبستگی عامل نمایش قدرت و منزلت با سایر عوامل نشان می‌دهد که سواد مالی کم و آینده‌نگران سرمایه‌گذار، پول را ابزاری برای ابراز هویت اجتماعی می‌دانند، ضمن آنکه افزایش سطح تحصیلات، تمایل به نمایش قدرت و منزلت را کمتر می‌کند، هرچند که این رابطه بسیار ضعیف است. قابل توجه است که افراد با سطح رفاه

بالتر، رضایتمند و خراج برای دیگران تمایل به نمایش قدرت و منزلت اجتماعی و اقتصادی خود از طریق پول دارند. عامل نگرانی و بی‌اعتمادی پولی با عامل تفکر و مدیریت مالی همبستگی قوی و مثبت دارد که نشان می‌دهد این افراد بیشتر از دیگران نگران پول هستند و دچار تنش‌های روانی می‌شوند. همین‌طور پاسخ‌گویان با تحصیلات پایین‌تر و رضایت کمتر از زندگی، بیشتر نگران و بی‌اعتماد هستند. عامل بی‌سواد مالی با عامل آینده‌نگری مرتبط است بدین معنا که کسانی که دانش پولی ندارند، بیشتر از سایرین برای آینده سرمایه‌گذاری می‌کنند. در جدول شماره ۳ مشخص است که این افراد به آینده پولی نیز امیدوار نیستند. پاسخ‌گویان با تحصیلات کمتر و دیندارتر، بیشتر از بقیه از دانش مالی خود نگران هستند. عامل تفکر و مدیریت مالی با متغیر تحصیلات، سطح رفاه، رضایت از زندگی و به‌ویژه موفق‌پنداشتن همبستگی منفی دارد. به‌گونه‌ای که افراد با تحصیلات کمتر، شکست‌خورده، فقیر و ناراضی بیشتر از سایرین برای تفکر و مدیریت پولی خود تلاش می‌کنند. عامل آینده‌نگری پولی با متغیر سن

همبستگی منفی دارد که نشان می‌دهد افراد جوان تمایل بیشتری برای سرمایه‌گذاری برای آینده دارند.

در میان برخی متغیرها نیز همبستگی مشاهده می‌شود. پاسخ‌گویان دیندار و معتقد، موفق، با دوران کودکی شاد، راضی از زندگی و خراج برای دیگران در مقایسه با سایرین خود را مرفه‌تر می‌پندارند. افرادی که خود را موفق، محافظه‌کار و رضایتمند از زندگی می‌دانند، عموماً دیندار و معتقد هستند. کسانی که از زندگی خود رضایت دارند و برای

خود و دیگران خرج می‌کنند، خود را موفق‌تر از سایرین می‌پندارند. دوران کودکی شاد با رضایت از زندگی و هزینه‌کردن برای خود همبسته است. متغیر مواضع سیاسی و فکری نشان می‌دهد، افراد افراطی کمتر از دیگران به خود و دیگران خساست دارند و محافظه‌کارانه در برابر پول رفتار نمی‌کنند. ضمن آنکه بین میزان رضایت از زندگی و ولخرج‌بودن نیز همبستگی مثبت وجود دارد.

جدول ۴- ضریب همبستگی میان عوامل، متغیرهای مستقل و وابسته

Table 4- Correlation coefficient between factors, independent and dependent variables

Pearson Correlation																	
عامل‌ها و متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷
دستیابی به موفقیت و قدرت و منزلت	۱	۰.۲۳۹**	۰.۴۸۵**	۰.۰۳۰	۰.۵۷۱**	۰.۲۴۶**	-۰.۲۶۱**	-۰.۲۷۶**	-۰.۱۲۶	-۰.۱۹۸	-۰.۱۷۳	-۰.۲۳۸**	-۰.۱۱۸	-۰.۱۲۶	-۰.۲۳۸**	۰.۰۸۱	۰.۰۳۱
نگرانی و بی‌اعتمادی بی‌سواد مالی		۱	۰.۰۵۶	۰.۲۳۴**	۰.۱۵۹	۰.۲۸۴**	۰.۰۴۵	-۰.۱۷۷*	-۰.۰۳۲	۰.۲۲۴**	-۰.۰۱۹	-۰.۰۳۵	۰.۰۰۸	۰.۰۰۹	۰.۲۵۶**	۰.۰۹۹	۰.۲۵۴**
تفکّر و مدیریت پولی			۱	۰.۰۰۱	۰.۶۸۷**	۰.۰۳۳	-۰.۱۶۰	-۰.۲۴۰**	-۰.۰۹۵	-۰.۴۶۵	-۰.۱۳۷	-۰.۴۶۶	-۰.۰۷۴	-۰.۰۶۶	-۰.۳۷۵**	۰.۰۱۵	-۰.۱۹۲*
آینده‌نگری پولی				۱	-۰.۰۹۲	۰.۳۱۷**	۰.۰۹۲	-۰.۲۱۳*	-۰.۰۴۸	۰.۰۸۳	۰.۲۹۵**	۰.۱۰۶	۰.۰۷۵	-۰.۱۱۹	۰.۱۰۳	۰.۰۷۴	-۰.۰۲۳
سن					۱	۰.۰۵۶	-۰.۱۴۰	-۰.۳۱۶**	-۰.۰۶۶	-۰.۲۸۳**	-۰.۱۵۶	-۰.۴۴۷**	-۰.۰۷۴	-۰.۱۲۳	-۰.۳۰۶**	-۰.۱۱۵	-۰.۱۴۰
تحصیلات						۱	-۰.۱۷۹*	۰.۰۱۰	-۰.۱۲۹	۰.۱۵۹	۰.۰۴۹	۰.۰۷۶	۰.۰۱۶	۰.۰۶۶	-۰.۰۲۴	۰.۰۱۸	۰.۰۲۴
تأهل							۱	۰.۲۱۷*	۰.۶۶۸**	۰.۰۵۶	۰.۰۷۹	-۰.۰۱۱	۰.۰۷۰	-۰.۰۴۶	۰.۰۸۴	۰.۰۷۸	-۰.۱۸۰*
سطح رفاه و وضعیت دینداری								۱	۰.۱۱۶	۰.۱۱۰	-۰.۱۰۱	۰.۰۶۳	-۰.۰۶۱	۰.۲۰۸*	-۰.۱۰۴	۰.۱۴۰	-۰.۰۶۴
میزان موفقیت و دوران کودکی									۱	۰.۰۵۰	۰.۱۸۰*	۰.۱۵۹	۰.۱۱۴	-۰.۰۷۵	۰.۰۸۷	۰.۰۷۲	-۰.۲۰۷*
مواضع فکری و سیاسی										۱	۰.۲۱۰*	۰.۴۶۴**	۰.۲۲۰*	۰.۱۳۹	۰.۳۷۲**	۰.۱۰۵	۰.۳۰۵**
رضایت از زندگی											۱	۰.۲۵۷**	۰.۰۷۳	-۰.۳۳۵**	۰.۳۳۷**	۰.۰۱۱	-۰.۰۹۴
هزینه برای خود												۱	۰.۲۱۰*	۰.۰۴۴	۰.۴۳۱**	۰.۲۳۱**	۰.۲۷۰**
هزینه برای دیگران													۱	۰.۰۲۰	۰.۳۷۱**	۰.۲۸۶**	۰.۱۶۴
														۱	۰.۱۱۷	۰.۲۳۷**	۰.۳۳۱**
															۱	۰.۲۶۰**	۰.۳۵۰**
																۱	۰.۴۱۷**
																	۱

*p < .05, **p < .0

تحلیل واریانس یک‌طرفه^۱ بررسی شدند (جدول ۵). زنان نمره

تجزیه و تحلیل واریانس یک‌طرفه

تفاوت‌های گروهی در ارتباط با عوامل اکتشافی با استفاده از

¹ ANOVA

درخور توجه و بالاتری از مردان در تفکر و مدیریت پولی با سطح معناداری $p < .01$ دارند، اما درباره سایر عوامل بینش و کنش مشابهی دارند (رد فرضیه دوم و پنجم). تفاوت میان‌گروهی سواد مشخص کرد که پاسخ‌گویان با تحصیلات پایین‌تر تمایل به نمایش قدرت و منزلت دارند، از وضعیت پولی خود نگران و به آن بی‌اعتماد هستند و بیشتر دارای تفکر

و مدیریت پولی هستند (رد فرضیه سوم). همچنین در سطح معناداری $p < .001$ ، این افراد اذعان دارند که از بی‌سوادی پولی خود نگران هستند (تأیید فرضیه ششم)؛ زیرا دستیابی به پول برای آنها، نشانه موفقیت است (تأیید فرضیه چهارم). عوامل مستخرج در رابطه با وضعیت تأهل، رابطه معناداری را نشان نمی‌دهد (رد فرضیه هفتم).

جدول ۵- میانگین، انحراف معیار و تحلیل واریانس یک‌راهه برای متغیرهای جنسیت، تحصیلات و تأهل

Table 5- Mean, standard deviation, and one-way analysis of variance for the variables of gender, education, and marital status

ANOVA						
M						
آینده‌نگری پولی	تفکر و مدیریت پولی	بی‌سوادی پولی	نگرانی و بی‌اعتمادی	نمایش قدرت و منزلت	بازنمایی موفقیت	
جنسیت						
مردان	۲۳.۸۲	۱۶.۰۲	۱۹.۳۷	۱۱.۸۶	۲۱.۲۳	
زنان	۲۵.۱۲	۱۶.۰۳	۱۹.۹۶	۱۱.۴۷	۲۱.۹۵	
F	۶.۰۲۳*	۰.۰۰۱	۰.۳۲۱	۰.۶۶۷	۰.۶۹۱	
تحصیلات						
دیپلم	۲۵.۲۴	۱۷.۴۱	۲۰.۱۲	۱۲.۱۲	۲۳.۳۹	
دانشجو	۲۵.۴۵	۱۶.۸۵	۲۰.۳۵	۱۲.۶۰	۲۲.۱۵	
لیسانس	۲۴.۶۱	۱۶.۰۲	۱۹.۶۴	۱۱.۵۷	۲۲.۴۳	
فوق لیسانس	۲۴.۴۰	۱۵.۳۴	۱۸.۴۰	۱۱.۶۹	۲۱.۰۳	
دکتری	۲۲.۸۲	۱۵.۰۶	۱۷.۰۰	۱۰.۲۴	۱۸.۸۲	
F	۲.۰۱۵*	۳.۶۵۷***	۲.۳۵۴**	۱.۶۶۶*	۳.۴۲۵***	
وضعیت تأهل						
متأهل	۲۴.۵۹	۱۶.۱۹	۱۹.۵۵	۱۱.۷۵	۲۲.۲۲	
مجرد	۲۴.۳۹	۱۵.۸۷	۱۸.۷۷	۱۱.۵۷	۲۱.۱۶	
F	۰.۲۹۹	۰.۵۷۷	۱.۱۸۹	۰.۱۳۱	۲.۱۱۱	

*. $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

رگرسیون چندگانه

نتایج رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی نگرش‌های پولی محاسبه شدند. بازنمایی موفقیت با سن رابطه منفی دارد و پیش‌بینی‌پذیر است. افراد جوان‌تر، پول بیشتر را نشانه و ابزار رسیدن به موفقیت می‌دانند. این عامل با سطح تحصیلات نیز پیش‌بینی‌پذیر است. عامل نمایش قدرت و منزلت بر نگرش

بازنمایی خود در نزد دیگران متمرکز است و پیش‌بینی‌پذیر است که افراد مرفه، موفق و راضی از زندگی، تمایل به نمایش قدرت و منزلت خود دارند. در معنای کلی و عمومی، مردم برای دست یافتن به پول بیشتر تلاش می‌کنند و برای اثبات و تأکید بر موقعیت و منزلت اقتصادی و اجتماعی خود آن را نمایش می‌دهند تا احترام دیگران را جلب کنند. به باور

شهروندان، پول منشأ نگرانی در جامعه است و اگر کافی نباشد، زندگی فردی و اجتماعی آنها را دچار تغییر می‌کند. عامل نگرانی و بی‌اعتمادی به‌طور منفی از طریق سن و تحصیلات پیش‌بینی‌پذیر است؛ همچنین انتظار می‌رود تا افراد فقیرتر، شکست‌خورده، ناراضی از زندگی و ولخرج بیشتر از دیگران دچار نگرانی شوند. نگرانی از سواد مالی عاملی است که لی و فورنهام به‌عنوان منبع اصلی نگرانی، اضطراب و افسردگی برای اولین بار بررسی کردند (Lay & Furnham, 2018). این عامل در ارتباط با متغیرهای تحصیلات و میزان موفقیت پیش‌بینی‌پذیر است و انتظار می‌رود افراد کم‌سواد و شکست‌خورده که تجربیات ناموفق دارند، بیشتر از دیگران دچار نگرانی از دانش و سواد پولی شوند. عامل تفکر و مدیریت پولی با تحصیلات ارتباط منفی و معنادار و با متغیر

وضعیت دینداری ارتباط مثبت دارد؛ بنابراین، پیش‌بینی‌پذیر است که افراد با تحصیلات پایین‌تر و دیندار بیشتر از سایرین درباره مدیریت مالی زندگی خود فکر می‌کنند؛ زیرا پاسخ به نیازهای شخصی با پول پرداخت‌پذیر است؛ بنابراین، در جوامع با منابع محدود پول و درآمد، افراد بیش از گذشته باید تفکر و برنامه‌ریزی مالی داشته باشند تا جلوی ضررهای احتمالی را بگیرند و یک زندگی معمولی را تجربه کنند. عامل آینده‌نگری پولی برای اولین بار در مقیاس نگرش وارد شد و نتایج نشان داد که سطح رفاه به‌طور مثبت آینده‌نگری پولی را پیش‌بینی می‌کند و دوران کودکی ارتباط منفی با آینده‌نگری دارد. پس انتظار می‌رود افراد مرفه‌تر و کسانی که کودکی غم‌باری را سپری کرده‌اند، بیشتر از سایرین آینده‌نگر باشند.

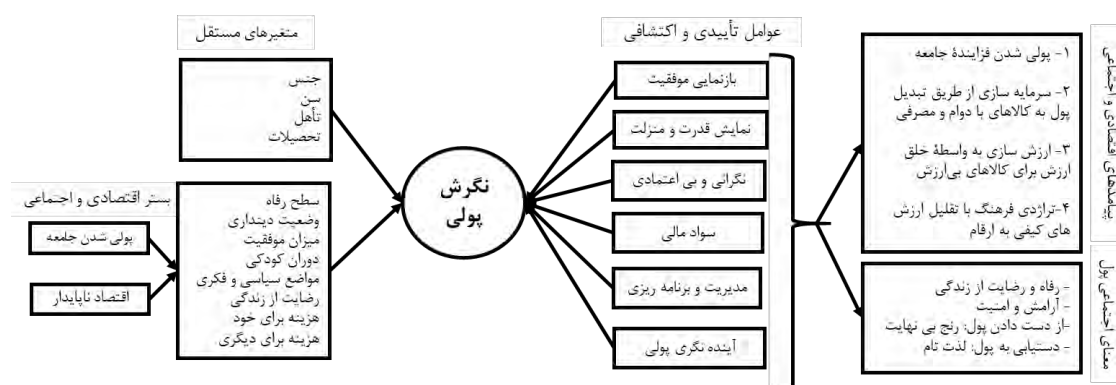
جدول ۶- رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی عوامل در جامعه

Table 6- Multiple regression to predict factors in society

آینده‌نگری پولی		تفکر و مدیریت پولی		بی‌سواد پولی		نگرانی و بی‌اعتمادی		نمایش قدرت و منزلت		بازنمایی موفقیت	
۱.۶۵۶F=		* ۲.۲۲۶F=		*** ۵.۱۶۴F=		*** ۷.۳۵۲F=		*** ۲.۹۷۶F=		*** ۳.۳۳۹F=	
۰.۳۷۷R=		۰.۴۲۷R=		۰.۵۸۴R=		۰.۶۵۱R=		۰.۴۷۹R=		۰.۴۹۵R=	
۰.۰۵۶adj R ² =		۰.۱۰۰adj R ² =		۰.۲۷۵adj R ² =		۰.۳۶۶adj R ² =		۰.۱۵۲adj R ² =		۰.۱۶۹adj R ² =	
***۲۰.۵۶۶		***۲۴.۴۹۸		***۲۲.۹۱۹		***۳۰.۷۵۲		***۱۳.۲۵۹		***۳۱.۶۸۶	
Constant(B)											
β	t	β	t	β	t	β	t	β	t	β	t
۰.۰۸۱۴	۰.۰۷۹	۰.۰۹۱۷	۰.۰۸۷	۰.۰۵۸۹	۰.۰۵۰	۰.۱۵۱۱	۰.۱۲۰	۰.۰۵۳۶	۰.۱۴۱	۰.۱۱۲	۰.۰۱۰
۰.۱۸۸۶	۰.۲۴۱	۰.۱۰۰	۰.۰۱۲	۰.۱۸۳۶	۰.۲۰۶	۰.۲۱۸۱	۰.۲۲۹	۰.۱۳۳۷	۰.۱۶۲	۰.۲۴۴۴	۰.۲۹۳
۰.۱۱۹	۰.۰۱۴	۰.۰۷۳۲	۰.۰۸۷	۰.۵۸۴	۰.۱۶۹	۰.۱۰۶۵	۰.۱۰۶	۰.۱۸۶	۰.۱۳۷	۰.۶۰۸	۰.۱۸۴
۰.۰۳۸	۰.۰۰۴	۰.۲۴۲	۰.۲۲۱	۰.۳۶۲	۰.۲۹۷	۰.۳۰۲۱	۰.۲۳۲	۰.۶۹۸	۰.۱۵۱	۰.۴۶۸	۰.۲۱۷
سطح رفاه (فقیر - مرفه) ^۱	۰.۲۶۴	۰.۹۶۴	۰.۰۹۷	۰.۰۶۸	۰.۰۰۶	۰.۲۷۱	۰.۲۳۰	۰.۲۸۰	۰.۲۸۲	۰.۱۳۱	۰.۰۱۳
وضعیت دینداری (بی‌اعتقاد - معتقد)	۰.۱۳۵	۰.۱۷۹	۰.۲۲۳	۰.۰۳۹	۰.۰۵۹	۰.۹۲۵	۰.۰۸۰	۰.۱۱۸	۰.۱۱۱	۰.۴۶۳	۰.۱۴۴
میزان موفقیت (شکست‌خورده - موفق)	۰.۱۷۴	۰.۴۸۲	۰.۰۵۰	۰.۴۱۲	۰.۳۸۷	۰.۳۵۸۶	۰.۳۱۳	۰.۳۰۲۷	۰.۳۰۶	۰.۱۸۰۳	۰.۱۸۰
دوران کودکی (غم‌بار - شاد)	۰.۲۴۹۹	۰.۱۶۳	۰.۱۶۳	۰.۳۷۰	۰.۰۳۱	۰.۹۶۹	۰.۰۷۶	۰.۷۵۶	۰.۰۶۷	۰.۶۵۴	۰.۰۵۸
مواضع سیاسی (محافظه‌کار - افراطی)	۰.۱۷۶	۰.۰۳۲	۰.۰۰۳	۰.۷۱۱	۰.۰۶۲	۰.۴۷۶	۰.۰۳۹	۰.۵۴۶	۰.۱۴۷	۰.۶۱۲	۰.۱۵۱
رضایت از زندگی (غمگین - شاد)	۰.۴۴۶	۰.۰۴۶	۰.۰۰۵	۰.۶۱۸	۰.۱۵۹	۰.۲۵۱۴	۰.۲۳۱	۰.۷۵۵	۰.۲۹۳	۰.۳۲۶	۰.۱۴۰
هزینه برای خود (خسب - ولخرج)	۱.۳۹۲	۱.۹۵۳	۰.۱۹۳	۰.۸۸۷	۰.۰۷۹	۰.۳۰۲	۰.۱۹۱	۰.۸۲۹	۰.۰۸۰	۰.۳۸۰	۰.۰۳۶
هزینه برای دیگری (خسب - ولخرج)	۰.۸۷۰	۰.۰۹۶	۰.۱۳۱	۰.۲۸۲	۰.۰۲۷	۰.۱۰۲۴	۰.۰۹۳	۱.۴۱۷	۰.۱۴۸	۱.۳۰۵	۰.۱۳۵

*p < .05, **p < .01, ***p < .001.

^۱ متغیرها در سطح فاصله‌ای با استفاده از مقیاس ۱۰ درجه‌ای لیکرت سنجش شدند.



نمودار ۲- مدل نهایی نگرش پولی در میان شهروندان تهران

Chart 2- The final model of monetary attitudes among Tehran citizens

هستند و با مؤلفه‌های مطلوبیت، دسترس‌پذیری و فاصله‌گذاری اجتماعی به‌عنوان نوعی نماد در کسب ماهیت روابط در جوامع محسوب می‌شوند. در اینجا است که موجودیت اصلی پول کنار می‌رود، ماهیت اقتصادی آن در حاشیه موقعیت اجتماعی قرار می‌گیرد و قابلیت کسب منزلت و شأن اجتماعی از طریق پول تعریف می‌شود.

قوانین حاکم بر اقتصاد و جامعه از روابط پولی حمایت می‌کند و مناسبات کاری با این معیار تعریف و ارزیابی می‌شود. ارزش پولی مشترک باعث می‌شود که هر چیزی قابل مبادله شود یا به عبارتی دیگر، «ارزش‌های ذهنی از طریق پول عینی شوند» (Deflem, 2003: 71)؛ اما آنچه باعث می‌شود، جامعه تبدیل ارزش به کاغذ یا ارقام را بپذیرد، اعتماد به ثبات پول و نظم سیاسی- اجتماعی‌ای است که آن را تضمین می‌کند، بدون این اعتماد جریان پولی فرو می‌پاشد. زیمِل معتقد است که پول تمام ارزش‌ها و معانی را بیان می‌کند، درحالی‌که خود هیچ‌کدام را ندارد و فاقد هرگونه فردیت یا ویژگی‌های ذاتی، خنثی و یک‌شکل است (زیمِل، ۱۳۹۹). یافته‌ها بیان می‌کند که در جامعه مطالعه‌شده، سودجویی اقتصادی، بی‌اعتمادی به بازار، نگرانی از پس‌انداز و آینده‌نگری پولی با تب سرمایه‌گذاری اقتصادی در جهت حفظ کارکرد ذخیره ارزش پول در همه فضاها اجتماعی معنی‌دار

یافته‌ها نشان می‌دهد که پول پدیده اجتماعی تام در رقابت بر سر منابع و منافع است که تمام جنبه‌های زندگی انسانی را تفسیرپذیر می‌سازد. افزایش سطح رفاه عمومی به‌طور معناداری بر سایر متغیرها اثرگذار است و دریافت افراد از موفقیت، میزان رضایت از زندگی، چگونگی هزینه‌کرد و در نهایت نگرش‌های پولی آنها را دستخوش تغییر می‌سازد. عامل بازنمایی موفقیت، پول را تبدیل به نهادی کرده است که افراد با تلاش در کسب آن به هدف‌هایی می‌رسند که از راه‌های دیگر دست‌یافتنی نیستند؛ این امر در جوامعی حائز اهمیت است که پول مسیر رسیدن به اهداف را هموار می‌کند. همان‌طور که زیمِل تأکید دارد، پول به دلیل ظرفیت‌های نامحدود در مالکیت اقتصادی با غیرشخصی^۱ کردن (زیمِل، ۱۳۷۳، ۳۲۶) تبدیل به برای جهت سنجش کسب موفقیت شده است.

در تبیین گذار پول از ماده به نشانه، بدون ارزش ذاتی آن، ویژگی عملکردی پول به‌عنوان پشتوانه ارزش اجتماعی و نمایش قدرت و منزلت درخور توجه بوده و افراد براساس ارزش پولی بازنمایی و اندازه‌گیری می‌شوند که وارد روابط آنها شده است. هم‌زمان با فرایند انتزاعی شدن کیفیت‌ها پول ارزش‌ها را به‌صورت نماد محض و عددی نمایندگی می‌کند. در جوامع دیجیتالی با پول اعتباری، ارقام دارای ارزش خاص

¹ Impresonalit

محاسبه‌گری و تقلیل ارزش‌های کیفی به اعداد مبتنی بر پول سپری می‌شود؛ در چنین جامعه‌ای نمی‌توان به حفظ ارزش، هنجارسازی و برتری فرهنگ، زندگی شاد و رضایت‌بخش و اخلاق سازنده اندیشید. به این ترتیب، افراد فقیر به دنبال مدیریت مالی برای حفظ زندگی می‌روند و افراد مرفه که به تبع تحصیلات بالاتر، درآمد و سواد مالی بیشتر ریسک‌پذیرتر شده‌اند، در پی سرمایه‌گذاری مالی و آینده همراه با ثروت هستند. سرانجام نیز، پول از جمله اولویت‌های اجتماعی می‌شود.

نتیجه

با وجود آنکه در جوامع الکترونیکی شکل مادی پول از بین می‌رود و دیجیتالی می‌شود، پول همچنان میان نابرابرترین چیزها برابری برقرار می‌کند و شکل نمادی محض به خود می‌گیرد. تحولات اخیر در ارتباط با پول ضرورت مطالعه جامعه‌شناختی اعمال اجتماعی روزمره را مطرح می‌کند. بررسی تحولات در سازمان‌های مالی بین‌المللی، بحران‌های مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ و پیچیدگی روزافزون در بازارهای مالی، توجه محققان را به پولی‌شدن و تبدیل‌شدن پدیده‌های کیفی به کالایی قابل معامله در جوامع باتوجه به دیدگاه زیمل به دنیای مدرن جلب نموده است. اخیراً نیز همه‌گیری کوید ۱۹ و تغییر منظر به نقش پول در جهان باعث شد که محققان بازنگری دوباره‌ای به این موضوع داشته باشند؛ زیرا فعالیت اقتصادی مبتنی بر پول به تنهایی معنادار نیست، بلکه در ارتباط و تعامل با جامعه معنا می‌یابد؛ از همین رو، به این مسئله توجه شد که چه چیز انسان را برمی‌انگیزد که به لحاظ پولی فعال باشد و برای چه امری به پول نیاز دارد تا معنای پول در جامعه مطالعه‌شده مشخص شود. پول در جامعه ابزاری قراردادی و قانونی است و نقش بارزی در ارتباطات میان‌فردی دارد که جامعه‌شناسان به آن کمتر توجه کرده‌اند. همان‌طور که بیان شد، فهم جنبه‌های نگرش‌های پولی با

است؛ به عبارتی دیگر، پول فراتر از فرایندی که زیمل آن را «کالایی‌شدن روابط متقابل» یا «تقلیل کلی کیفیت به کمیت» می‌داند (زیمل، ۱۳۹۹: ۱۲۲-۱۲۳) عمل می‌کند و دارای ارزش ذاتی با سه کارکرد واسطه مبادله، واحد محاسبه و ذخیره ارزش است؛ اما عدم تضمین حفظ ارزش پول توسط نظام حکمرانی باعث شده است که پول وظیفه خود را که همانا ذخیره ارزش است، انجام ندهد و جامعه از طریق تبدیل پول و خلق ارزش برای کالاهای بادوام سرمایه‌سازی و ارزش‌سازی کند تا مانع از کاهش سرمایه شود و در اینجاست که آنچه زیمل آن را تراژدی فرهنگ می‌نامد، رقم می‌خورد و پول با تمام بی‌رحمی در فرهنگ جامعه منعکس می‌شود؛ فرهنگی که پول آن را تعیین کرده و می‌کند؛ بنابراین، رابطه عینیت مبادله و اقتصاد پولی و فرهنگ درخور توجه است، به طوری که شخصیت انتزاعی پول قادر است فرهنگ را توسعه دهد یا آن را به قهقرا ببرد. هرگونه تغییر در میزان و ماهیت پول، زندگی اجتماعی را دچار تغییر می‌کند؛ بنابراین، احساساتی که پول برمی‌انگیزد، گاهاً معادل تمامی ارزش‌ها است. در اینجا است که دست‌یافتن به پول احساس امنیت و آرامش به وجود می‌آورد. داشتن پول کافی اطمینان خاطر می‌سازد، میزان رضایت از زندگی را بالا می‌برد و جامعه را متقاعد می‌کند که همه ارزش‌ها به آن ختم می‌شود؛ اما در مقابل کاهش درآمد و رشد فزاینده تورم منجر به فقیرشدن جامعه و در نتیجه افزایش نگرانی و بی‌اعتمادی اجتماعی به نظام پولی و حکمرانی خواهد شد. ضمن آنکه در ساختارهای اقتصادی ناسازگار و پرتنش کسب دانش مالی بیش از گذشته ضرورت دارد. معیار سواد پولی موضوعی حائز اهمیت است، نه به دلیل مدیریت و برنامه‌ریزی مالی بلکه به دلیل پیچیدگی معادلات پولی در جوامع امروزی است. کمترین آگاهی در زمینه ارز، طلا، زمین و... یک گام به جلو در رقابت با دیگران برای حفظ ارزش پول است. پس در جوامعی که پول وسیله مطلق باشد، تبدیل به هدف مطلق نیز می‌شود و زندگی مردم در جامعه با

مقیاس‌ها و رویکردهای موجود حائز اهمیت است؛ زیرا بین نگرش و رفتار رابطه قوی وجود دارد و نگرش به پول، بینش و رفتار پولی جامعه را تعیین می‌کند، تا آنجا که قابلیت تأثیرگذاری بر فرهنگ عمومی و فرهنگ مصرف را می‌یابد. در این مقاله مقیاس روان‌شناختی نگرش‌های پولی در ارتباط با رویکردهای جامعه‌شناختی زیمل، اینگهام و زلیزر برای بررسی نگرش پولی شهروندان تهرانی مطالعه شد تا نگرش عمومی جامعه به پول به‌عنوان پدیده اجتماعی تام و برای درک معنای اجتماعی پول در سطح خرد توجه شود. یافته‌ها آشکار می‌سازد که روند تحولات جامعه از طریق بررسی بینش، گرایش و کنش پولی قابل تبیین و پیش‌بینی است. اکنون با روند فزاینده پولی‌شدن در میان تمام گروه‌های جمعیتی و در تمام عرصه‌ها مواجه هستیم؛ در نتیجه هرچه زندگی اجتماعی بیشتر در سلطه روابط پولی قرار گیرد، تعامل اجتماعی و الگوهای اجتماعی مبتنی بر اخلاق و هنجار کمرنگ‌تر می‌شود. در اینجا است که پول دغدغه اول جامعه می‌شود و رنج بی‌نهایت با نگرانی از بی‌پولی و بی‌اعتمادی را در پی دارد؛ زیرا هر به دست آوردنی با از دست دادن آنی ارزش پول همراه و هم‌زمان است.

در این مقاله الگوهای نگرشی بیان شد که بر حالت‌های روانی و اجتماعی جامعه اثرگذار است و به‌گونه‌ای رفتار جامعه را از جهت پولی هم‌شکل می‌سازد و رابطه احساسی انسان‌ها با اشیا را نشان می‌دهد و نتیجه‌گیری شد که در جهان مادی امروز، پول تنها وسیله مبادله نیست، بلکه وسیله رفاه با هدف تحقق رضایتمندی برای انسان است. همچنین هرچند ماهیت مادی پول یکی است، نگرش افراد در جوامع و فرهنگ‌ها به پول براساس تجربه زیسته و چرخه محیطی و زمانی و همچنین بستر اقتصادی و اجتماعی متنوع و متغیر است؛ بنابراین، با هدف توسعه مقیاس روان‌شناختی لی و فورنهام (2018) و ورود گویه برای سنجش عامل آینده‌نگری پولی در جامعه هدف در کنار عوامل بازنمایی موفقیت،

نگرانی و بی‌اعتمادی، نمایش قدرت و منزلت، سواد مالی، تفکر و مدیریت پولی مشخص شد که باور افراد، موقعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع بر نگرش پولی آنها اثرگذار است. این عامل پژوهش طلایی و کوانتس (2016) تأثیر اقتصاد ناپایدار و فرهنگ مبتنی بر مذهب را بر عوامل مستخرج تأیید می‌کند؛ در نهایت از میان هفت فرضیه مطرح‌شده چهار فرضیه رد شد.

در مقایسه با تحقیقات پیشین، فورنهام (2014) به این نتیجه رسید که افراد مذهبی بیشتر در نگرش‌های مالی خود محافظه‌کار هستند و پول را شاخص موفقیت و ابزار اعمال قدرت می‌دانند که چنین نتیجه‌ای در جامعه مطالعه‌شده به دست نیامد و تنها تبیین شد که افراد با تحصیلات پایین، پول را وسیله کسب قدرت و منزلت می‌پندارند؛ علاوه‌بر آن، افراد دیندار و مذهبی بیش از سایرین خود را موفق، محافظه‌کار و رضایتمند و حتی مرفه می‌دانند. یافته‌ها با مطالعات تانگ و همکاران (2003) همراه است که مردم موفقیت خود را با مقدار پولی مرتبط می‌دانند که در اختیار دارند. در یافته‌های لی و فورنهام (2018) افراد با تحصیلات بالا، جوان‌تر و مذهبی‌تر پول را عامل دستیابی به موفقیت می‌دانستند، با این تفاوت که در جامعه هدف، پاسخ‌گویان جوان با تحصیلات کمتر، ناراضی و شکست‌خورده بیشتر از سایرین پول را برای موفقیت ضروری می‌دانند. مانند مطالعه فورنهام و آرگیل (1998) تأثیر آموزش و دانش مالی بر نگرش پولی در این پژوهش درخور توجه است؛ زیرا افراد مذهبی و کسانی که تحصیلات پایین‌تر دارند بیشتر از سایرین از دانش مالی خود نگران هستند؛ اما نتایج لی و فورنهام (2018) می‌گوید افراد مذهبی و جوان در این مورد نگران هستند و افراد غمگین، جوان و مذهبی بیشتر از سایرین از میزان پس‌انداز خود مضطرب هستند. نتایج نشان داد که باورهای سیاسی (Roberts & Sepulveda, 1999) نیز بر رفتار پولی مؤثر است؛ به بیانی دیگر، افراد محافظه‌کار در هزینه‌کرد برای خود و

در نگرش پولی مردم داشت و این امر مستلزم پذیرش مخاطرات پولی شدن برای فرهنگ و نظام اجتماعی و اخلاق عمومی است. الگوهای رفتار مالی با نیاز فردی و اجتماعی تغییر می‌کنند؛ بدین معنا که انسان‌ها با نگرش خود رفتارهای مالی را شکل می‌دهند و خود نیز متأثر از رخدادهای اقتصادی و اجتماعی هستند. یافته‌های این پژوهش مطالعه‌ای میان‌رشته‌ای برای مطالعات پولی در آینده است تا سیاست‌گذاران و متخصصان اجتماعی و اقتصادی بتوانند از آن در جهت سامان‌دهی پول در عرصه عمومی استفاده کنند. ضمن آنکه این نتایج به کارگزاران بازار و محصولات مالی برای درک بهتر نگرش‌های روان‌شناختی کمک می‌کند. پیشنهادات پژوهشی برای بررسی جنبه‌های دیگر امر پول مانند الگوهای رفتار جمعی و توده‌وار برای سرمایه‌گذاری، گسترش سواد مالی بر توسعه بازارهای مالی بورس و ارزش‌های دیجیتال و پیامدهای آن بر فرد، خانواده و جامعه درخور توجه هستند.

منابع فارسی

- پورنگ، ح. (۱۳۸۵). به روایت فریزی پس از زیمیل. راهبرد، ۱۴(۴)، ۲۹۳-۲۷۲.
- <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.10283102.1385.14.4.13.6>
- جعفری، ر. و بلالی، ا. (۱۳۹۴). جامعه‌پذیری اقتصادی و رفتار پس‌انداز در میان کودکان. علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۲(۲)، ۲۴۷-۲۷۰.
- <https://doi.org/10.22067/jss.v12i2.29026>
- جهانگیری، ج. و کشفی‌نیا، و. (۱۳۹۳). بررسی جامعه‌شناختی مفهوم پول برای زنان در خانواده (مطالعه موردی: زنان متأهل شهر تبریز). زن در توسعه و سیاست، ۱۲(۳)، ۳۲۵-۳۴۴.
- <https://doi.org/10.22059/jwdp.2014.53686>
- دیلینی، ت. (۱۳۹۴). نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی (بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، مترجمان). نی.
- ریتزر، ج. (۱۳۸۹). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر

دیگران نیز با احتیاط رفتار می‌کنند؛ اما نتایج فورنهام (2012) گویای آن است که افراد محافظه‌کار بیشتر از پول برای اعمال قدرت و آزادی بهره می‌برند. یافته‌های فورنهام (2014) نشان می‌دهد که هرچه فرد شادتر و سالم‌تر باشد، کمتر متأثر از دستاوردهای پولی و مالی و نگرانی از پس‌انداز ناکافی و سواد مالی ضعیف ناشی از آن است. نتایج جامعه هدف بیانگر آن است که افراد راضی و لخرج هستند و خود را موفق می‌پندارند. دوران کودکی شاد نیز با میزان رضایت از زندگی همبسته است. همان‌طور که تحقیقات پیشین نشان داد، جنسیت در نگرش مالی اثرگذار است و زنان از مردان محتاط‌تر هستند و از امنیت مالی آینده خود نگرانی دارند (Bailey & Gustafson, 1991; Baker & Hagedorn, 2008) صادقی آرانی و همکاران، ۱۳۹۸). یافته‌ها بیان می‌کند، زنان پژوهش‌شده بیش از مردان درباره مدیریت و برنامه‌ریزی پولی فکر می‌کنند. محققان (Baker & Hagedorn, 2008; Klontz, 2011) به این نتیجه دست یافتند که جوانان بیشتر از دیگران، پول را عامل موفقیت می‌دانند. یافته‌های فعلی تحقیقات پیشین را تأیید می‌کند که سن بر نگرش پولی تأثیر دارد، با این تفاوت که این محققان می‌گویند که افراد مسن، کمتر نسبت به پول اضطراب دارند و بیشتر پس‌انداز می‌کنند. نتایج حاضر بیان می‌دارد که ضعف در سواد مالی و تحصیلات پایین، بیشتر از دیگر متغیرها باعث نگرانی و بی‌اعتمادی و ناامیدی از میزان پس‌انداز می‌شود؛ درنهایت یافته‌های فورنهام (2014) و بایلی و لون (1993) نشان می‌دهد که بین سن و تحصیلات با گرایش به برنامه‌ریزی رابطه وجود دارد و با افزایش سن و تحصیلات تمایل به برنامه‌ریزی مالی نیز افزایش می‌یابد؛ اما نتایج فعلی نمایان می‌سازد که افراد جوان و تحصیلات پایین متغیرهای اثرگذار بر مدیریت و برنامه‌ریزی مالی هستند.

سرانجام باید گفت که وضعیت پولی جامعه به شدت متأثر از وقایع سیاسی و اقتصادی سطح کلان است؛ بنابراین، تا زمانی که ثبات اقتصادی به جامعه بازنگردد، نمی‌توان تغییری

پول در روابط میان زوجین. *مطالعات جمعیتی*، ۳(۲)، ۷-۳۶.

<https://civilica.com/doc/1516192>

References

- Abdelsalam, O., & El-Komi, M. (2014). Islamic finance: An introduction. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 103, S1-S3. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2014.03.019>
- Allen, J., & Pryke, M. (1999). Money cultures after georg simml: Mobility movement, and identity. *Environment and Planning D: Society and Space*, 17(1), 51-68. <https://doi.org/10.1068/d170051>
- Alexander, J. C. (1987). *The centrality of the classics*. In A. Giddens & J. H. Turner (Eds.), *Social Theory Today* (pp. 11-57). Stanford University Press. <http://ereserve.library.utah.edu/Annual/SOC/6050/Steward/centrality.pdf>
- Bailey, W., & Gustafson, W. (1991). *An examination of the relationship between personality factors and attitudes toward money*. In R. Frantz, H. Singh, & J. Gerber (Eds.), *Handbook of Behavioral Economics* (pp. 271-285). JAI Press, Greenwich, CT.
- Bailey, W. C., & Lown, J. M. (1993). A cross-cultural examination of the aetiology of attitudes towards money. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 17(4), 391-402. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.1993.tb00181.x>
- Beckert, J. (2015). *Re-imagining capitalist dynamics: Fictional expectations and the openness of economic futures*. In P. Aspers & N. Dodd (Eds.), *Re-imagining Economic Sociology* (pp. 57-78). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198748465.003.0003>
- Baker, W. E. (1987). *What is money? A social structural analysis of business*. Cambridge University Press.
- Baker, W. E., & Jimerson, J. B. (1992). The sociology of money. *The American Behavioral Scientist*, 35(6), 678-693. <https://doi.org/10.1177/0002764292035006005>
- Baker, P. M., & Hagedorn, R. B. (2008). Attitudes to money in a random sample of adults: factor analysis of the MAS and MBBS scales, and correlations with demographic variables. *The Journal of Socio-Economics*, 37(5), 1803-1814. <https://doi.org/10.1016/j.socrec.2008.02.004>
- Bazzani, G. (2020). *When money changes society, the case of sardex money as community*. Springer VS Wiesbaden.
- Beilbarz, P. (1996). Negation and ambivalence: Marx, simmel and bolshevism on money. *Thesis Eleven*, 47(1), 21-32. <https://doi.org/10.1177/0725513696047000003>

(محسن ثلاثی، مترجم). علمی.

زارعی، س.، عقیلی، س. و. و وثوقی، م. (۱۳۹۹). تحلیل جامعه‌شناختی نگرش جوانان و میانسالان شهر تهران به پول؛ سال ۱۳۹۸. *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۹(۲)، ۹۹-۱۲۵.

<https://doi.org/10.22034/jeds.2020.11459>

زارعی، س.، عقیلی، س. و. و وثوقی، م. (۱۴۰۰). تحلیل جامعه‌شناختی نگرش به پول: مورد مطالعه جوانان شهر تهران. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۳(۵۱)، ۱۸۳-۱۹۶. <https://sanad.iau.ir/Journal/jisds/Article/821830>

زیمل، گ. (۱۳۹۹). *فلسفه پول* (شهناز مسمی‌پرست، مترجم). بنگاه ترجمه و نشر کتاب پارسه.

صادقی آرانی، ز.، مزروعی نصرآبادی، ا. و مصلحی وادقانی، م. (۱۳۹۸). واکاوی نگرش‌ها و باورهای پولی زنان و بررسی نقش اشتغال و شخصیت بر آن (مطالعه موردی زنان شاغل و غیرشاغل شهرستان کاشان). *زن در توسعه و سیاست*، ۱۷(۴)، ۵۱۳-۵۳۸.

<https://doi.org/10.22059/jwdp.2020.285262.1007679>

کلمن، ج. س. (۱۳۹۰). *بنیادهای نظریه اجتماعی* (منوچهر صبوری، مترجم). نی.

گل‌پرور، م. و عریضی، ح. ر. (۱۳۸۷). نقش جهت‌گیری‌های ارزشی و علاقه به پول بر باور به عدالت دنیا. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۳(۱-۲)، ۱۱۵-۱۲۴.

<https://ensani.ir/fa/article/144383/>

گیدنز، آ. (۱۳۹۲). *پیامدهای مدرنیته* (محسن ثلاثی، مترجم). مرکز.

مدنی لواسانی، ش. و وثوقی، م. (الف ۱۳۹۳). معنای اجتماعی پول از دیدگاه زنان متأهل شهر کرج. *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*، ۴(۱)، ۴۷-۶۷.

<https://doi.org/10.22059/ijar.2014.55488>

مدنی لواسانی، ش. و وثوقی، م. (ب ۱۳۹۳). تبارشناسی معنای پس‌انداز زنانه. *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۷(۲)، ۷۵-۹۵.

<https://doi.org/10.7508/ijcr.2014.26.004>

مدیری، ف. (۱۳۹۶). بررسی الگوهای مدیریت و هزینه‌کرد

- In P. Aspers & N. Dodd (Eds.), *Re-imagining economic sociology* (pp. 79-102). Oxford University Press.
- Dolton, G. (1967). *The phenomenon of money*. Routledge.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198748465.003.0004>
- Eckel, C. C., & Grossman, P. J. (2002). Sex differences and statistical stereotyping in attitudes toward financial risk. *Evolution and Human Behavior*, 23(4), 281-295. [https://doi.org/10.1016/S1090-5138\(02\)00097-1](https://doi.org/10.1016/S1090-5138(02)00097-1)
- Engelberg, E., & Sjöberg, L. (2007). Money obsession, social adjustment, and economic risk perception. *The Journal of Socio-Economics*, 36(5), 686-697. <https://doi.org/10.1016/j.socsec.2007.01.005>
- Evans, M. S. (2009). Zelizer's theory of money & the case of local currencies. *Environment and planning a: Economy and space*, 41(5), 1026-1041. <https://doi.org/10.1068/a4144>
- Falicov, C. J. (2001). The cultural meanings of money: The case of latinos and anglo-americans. *American Behavioral Scientist*, 45(2), 313-328. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/00027640121957088>
- Forman, N. (1987). *Mind over money*. Doubleday.
- Friedman, B. M. (1995). Principles of economics. *The American Economist*, 39(2), 28-42. <https://doi.org/10.1177/056943459503900203>
- Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5(5), 501-509. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(84\)90025-4](https://doi.org/10.1016/0191-8869(84)90025-4)
- Furnham, A. (1996). Attitudinal correlates and demographic predictors of monetary beliefs and behaviours. *Journal of Organizational Behavior*, 17(4), 375-388. [https://psycnet.apa.org/doi/10.1002\(SICI\)1099-1379\(199607\)17:4%3C375::AID-JOB767%3E3.0.CO;2-8](https://psycnet.apa.org/doi/10.1002(SICI)1099-1379(199607)17:4%3C375::AID-JOB767%3E3.0.CO;2-8)
- Furnham, A., Wilson, E., & Telford, K. (2012). The meaning of money: The validation of a short money-types measure. *Personality and Individual Differences*, 52(6), 707-711. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.12.020>
- Furnham, A. (2014). *The new psychology of money*. UK: Routledge.
- Furnham, A., & Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. Routledge, London
- Furnham, A., & Grover, S. (2019). A new money behavior quiz. *Journal of Individual Differences*, 41(1), 1-25. <https://doi.org/10.1027/1614-0001/a000299>
- Furnham, A., Stumm, S. V., & Fenton-O'Creevy, M. (2015). Sex differences in money pathology in the general population. *Social Indicators Research*,
Belk, R. W., & Wallendorf, M. (1990). The sacred meaning of money. *Journal of Economic Psychology*, 11(1), 35-67. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(90\)90046-C](https://doi.org/10.1016/0167-4870(90)90046-C)
- Bonsu, S. K. (2007). Ghanaian attitudes toward money in consumer culture. *International Journal of Consumer Studies*, 32(2), 171-178. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00639.x>
- Burgess, S. M. (2005). The importance and motivational content of money attitudes: South africans with living standards similar to those in industrialised western countries. *South African Journal of Psychology*, 35(1), 106-126. <https://doi.org/10.1177/008124630503500107>
- Cashman, C. (2020). Covid-19, crisis, and the philosophy of money: The social and qualitative essence of Money. *Irish Journal of Sociology*, 29(1), 1-5. <https://doi.org/10.1177/0791603520941189>
- Coleman, J. S. (2011). *Foundations of social theory* (M. Saboori, Trans). Ney Publication. (Original work published 1990). [In Persian]
- Cook, J. (1987). *Attitudes toward seeking financial counseling: Instrument development* [Master dissertation, Utah State University]. Digitalcommons. <https://doi.org/10.26076/2e83-e3b9>
- Deflem, M. (2003). The sociology of sociology of money: Simmel and the contemporary battle of the classics. *Journal of Classical Sociology*, 3(1), 67-96. <https://doi.org/10.1177/1468795X03003001695>
- Delaney, T. (2015). *Classical social theory: Investigation and application* (B. Seddighi & V. Toloui, Trans.). Ney Publication. [In Persian]
- Deutschmann, C. (1996). Money as a social construction: On the actuality of marx and simmel. *Thesis Eleven*, 47(1), 1-19. <https://doi.org/10.1177/0725513696047000002>
- Dodd, N. (1994). *The sociology of money*. Cambridge: Polity.
- Dodd, N. (1995). *The sociology of money: Economics, reason & contemporary society*. Continuum Intl Pub Group.
- Dodd, N. (2005). Reinventing monies in Europe. *Economy and Society*, 34(4), 558-583. <https://doi.org/10.1080/03085140500277096>
- Dodd, N. (2007). On simmel's pure concept of money: A response to ingham. *European Journal of Sociology*, 48(2), 273-294. <https://doi.org/10.1017/S0003975607000379>
- Dodd, N. (2012). Simmel's perfect money: Fiction, socialism and Utopia in the philosophy of money. *Theory, Culture & Society*, 29(7-8), 146-176. <https://doi.org/10.1177/0263276411435570>
- Dodd, N. (2014). *The social life of money*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Dodd, N. (2015). *Utopianism and the future of money*.

- the concept of money for women in the family (A study of Tabriz married women). *Journal of Women in Development and Politics*, 12(3), 325-344. [In Persian]
- Klontz, B., Britt, S. L., Mentzer, J., & Klontz, T. (2011). Money beliefs and financial behaviors: Development of the klontz money script inventory. *Journal of Financial Therapy*, 2(1), 1-22. <https://doi.org/10.4148/jft.v2i1.451>
- Lau, J. Y. F., & Smithin, J. (2002). The role of money in capitalism. *International Journal of Political Economy*, 32(3), 5-22. <https://www.jstor.org/stable/40470808>
- Lay, A., & Furnham, A. (2018). A new money attitudes questionnaire. *European Journal of Psychological Assessment*, 35(6), 813-822. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000474>
- Lim, V. K. G., & Teo, T. S. H. (1997). Sex, money and financial hardship: An empirical study of attitudes towards money among undergraduates in Singapore. *Journal of Economic Psychology*, 18(4), 369-386. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(97\)00013-5](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(97)00013-5)
- Luhmann, N. (1989). *Ecological Communication*, USA, University of Chicago Press.
- Lynn, M. (2001). Restaurant Tipping and Service Quality: A Tenuous Relationship. *Journal of Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(1), 14-20. <https://doi.org/10.1177/0010880401421001>
- Madanilavasani, S., & Vosughi, M. (2014a). The social meaning of money from the point of view of married women in Karaj. *Iranian Journal of Anthropology Research*, 4(1), 47-67. [In Persian]
- Madanilavasani, S., & Vosughi, M. (2014b). Genealogy of woman saving concept. *Journal of Iran Cultural Research*, 7(2), 75-95. [In Persian]
- Marx, K. (1981). *Capital* (Vol. 3). Harmondsworth: Penguin.
- Medina, J. F., Saegert, J., & Gresham, A. (1996). Comparison of Mexican-American and Anglo-American attitudes toward money. *Journal of Consumer Affairs*, 30, 124-145. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1996.tb00728.x>
- Mitchell, T. R., Darkin, S., Mickel, A., & Gray, S. (1998). *The Measurement of Money importance*. Paper Presented at the Annual Meeting of the Academy of Management, San Diego.
- Modiri, F. (2017). The management and money spending patterns among couples In Tehran. *Iranian Population Studies Journal*, 3(2), 7-36. [In Persian]
- Papilloud, C. (2004). Three conditions of human relations: Marcel Mauss and Georg simmel. *Philosophy & Social Criticism*, 30(4), 431-444. <https://doi.org/10.1177/0191453704044038>
- 123, 701-711. <https://doi.org/10.1007/s11205-014-0756-x>
- Furnham, A., Stumm, S. V., & Milner, R. (2014). Moneygrams: Recalled childhood memories about money and adult money pathology. *Journal of Financial Therapy*, 5(1), 40-54. <https://psycnet.apa.org/doi/10.4148/1944-9771.1059>
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of the modernity*. Polity Press.
- Giddens, A. (2013). *The consequences of modernity* (M. Salasi, Trans.). Markaz Publication. [In Persian]
- Goldberg, H., & Lewis, R. T. (1978). *Money madness: The psychology of saving, spending, loving, and hating money*. Springwood Books.
- Golparvar, M., & Oreizi, H. R. (2008). The role of value orientation and love to money with belief to the justice. *Journal of Ethics in Science and Technology*, 3(1), 115-124. [In Persian]
- Habermas, J. (1985). *The theory of communicative action* (T. A. McCarthy, Trans.). UK, Beacon Press.
- Hanley, A., & Wilhelm, M. S. (1992). Compulsive buying: An exploration into selfesteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13(1), 5-18. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(92\)90049-D](https://doi.org/10.1016/0167-4870(92)90049-D)
- Hart, K. (1986). Heads or tails? Two sides of the coin. *Man*, 21(4), 637-656. <https://doi.org/10.2307/2802901>
- Hodgson, G. M. (2001). *How economics forgot history. The problem of historical specificity in social science*. Routledge.
- Hogendorn, J. S., & Jonson, M. (1986). *The shell money of the slave trade*. Cambridge University Press.
- Hülsmann, J. G. (2008). *The ethics of money production*. Ludwig von Mises Institute.
- Ingham, G. (1996). Money is a social relation. *Review of Social Economy*, 54(4), 507-529. <https://www.jstor.org/stable/29769872>
- Ingham, G. (2001). Fundamentals of a theory of money: Untangling fine, lapavitsas and Zelizer. *Economy and Society*, 30(3), 304-323. <https://doi.org/10.1080/03085140120071215>
- Ingham, G. (2004a). *The nature of money*. Polity Press.
- Ingham, G. (2004b). The nature of money. *Economic Sociology: European Electronic Newsletter*, 5(2), 18-28. <https://hdl.handle.net/10419/155831>
- Ingham, G. (2006). Further reflections on the ontology of money: Responses to lapavitsas and dodd. *Economy and Society*, 35(2), 259-278. <https://doi.org/10.1080/03085140600635730>
- Jafari, R., & Balali, E. (2016). Economic socialization and saving behavior among children. *Journal of Social Sciences*, 12(2), 247-270. [In Persian]
- Jahangiri, J., & Kashafinia, V. (2014). Social study of

- money ethic scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited. *Personality and Individual Differences*, 19(6), 809-816. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(95\)00133-6](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(95)00133-6)
- Tang, T. L. P., Furnham, A. & Davis, G. M. (2003). A cross-cultural comparison of the money ethic, the protestant work ethic, and job satisfaction: Taiwan, the U.S.A., and the U.K. *International Journal of Organization Theory and Behavior*, 6(2), 175-194.
- Tatzel, M. (2002). Money worlds and well-being: An integration of money dispositions, materialism and price-related behavior. *Journal of Economics Psychology*, 23(1), 103-126. [https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/S0167-4870\(01\)00069-1](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/S0167-4870(01)00069-1)
- Taylor, C. D., Klontz, B., & Britt, S. L. (2016). Internal consistency and convergent validity of the klontz money behavior inventory (KMBI). *Journal of Financial Therapy*, 6(2), 14-31. <https://doi.org/10.4148/1944-9771.1101>
- Turner, B. S. (1986). Simmel, rationalisation and the sociology of money. *The Sociological Review*, 34(1), 93-114. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1986.tb02696.x>
- Rose, G. M., & Orr, L. M. (2007). Measuring and exploring symbolic money meanings. *Psychology and Marketing*, 24(9), 743-761. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1002/mar.20182>
- Vandenberghe, F. (2007). *Sociology of georg simmel* (A. Nikgozar, Trans.). Totia Publication. [In Persian]
- Vitell, S. J., Singh, J. J., & Paolillo, J. (2007). Consumers, ethical beliefs: The roles of money, religiosity and attitude toward business. *Journal of Business Ethics*, 73(4), 369-379. <https://www.jstor.org/stable/25075430>
- Weber, M. (1978). *Economy and society: An outline of interpretative sociology* (G. Roth & C. Wittch, Eds.). University of California Press.
- Wernimont, P. F., & Fitzpatrick, S. (1972). The meaning of money, *Journal of Applied Psychology*, 56(3), 218-226. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0033107>
- Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). The development of money attitude scale. *Journal of Personality Assessment*, 46(5), 522-528. https://psycnet.apa.org/doi/10.1207/s15327752jpa4605_14
- Zarei, S., Aghili, S. V., & Vosughi, M. (2020). Sociological analysis of youth and middle aged on money in Tehran; 2019. *Journal of Economic Sociology and Development*, 9(2), 99-125. [In Persian]
- Zarei, S., Aghili, S. V., & Vosughi, M. (2021). Sociological analysis of attitude on money: Young
- Parsons, T. (1950). *Social system*. NY: Free Press.
- Parsons, T., & Smelser, N. J. (1956). *Economy and society*. Free Press.
- Prince, M. (1993). Women, men, and money styles. *Journal of Economic Psychology*, 14(1), 175-182. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(93\)90045-M](https://doi.org/10.1016/0167-4870(93)90045-M)
- Pyyhtinen, O. (2010). *Simmel and the social*. University of Turku, Finland. algrave MacMillan, Basingstoke.
- Pyyhtinen, O. (2018). *The simmelian legacy: A science of relations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Poorang, H. (2007). According to frisky after zimmel. *Strategy*, 14(4), 272-293. [In Persian]
- Ritzar, G. (2010). *Contemporary sociological theory* (M. Salasi, Trans). Elmi Publication. [In Persian]
- Roberts, J. A., & Sepulveda, C. J. (1999). Demographics and money attitudes: A test of Yamauchi & Russell, E. F. (1962). *The Great Explosion*. Torquil; Book Club (BCE/BOMC).
- Sadeqiarani, Z., Mazrouinasrabadi, E., & Moslehivadeghani, M. (2020). Analysis of women's attitudes and beliefs towards money and the effect of employment and personality on it (Case: Employed and unemployed women in Kashan). *Journal of Women in Development and Politics*, 17(4), 513-528. [In Persian]
- Sartori, L., & Dini, P. (2016). From complementary currency to institution: A micro-macro study of the sardex mutual credit system. *Stato e Mercato*, 107, 273-304. <http://eprints.lse.ac.uk/67135/>
- Simmel, G. (2004). *The philosophy of money*. D. P. Frisby (Ed.). Routledge.
- Simmel, G. (2020). *The philosophy of money* (S. Mosammamarast, Trans.). Parse book translation and publishing company. (Original work published 2004). [In Persian]
- Sinyutin, M. (2013). The puzzling sociology of money for the 21st Century. *Journal of Economic Sociology*, 1(1), 41-65. https://www.researchgate.net/publication/269698861_The_Puzzling_Sociology_of_Money_for_the_21st_Century
- Talaei, A., & Kwantes, C. T. (2016). *Money attitudes among Iranians: A test of Yamauchi and Templer's money attitudes scale*. In C. Roland-Lévy, P. Denoux, B. Voyer, P. Boski, & W. K. Gabrenya Jr. (Eds.), *Unity, Diversity and Culture. Proceedings from the 22nd Congress of the International Association for Cross-Cultural Psychology*. <https://doi.org/10.4087/DRAW3061>
- Tang, T. L. P. (1992). The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 197-202. <https://www.jstor.org/stable/2488183>
- Tang, T. L. P. (1995). The development of a short

- people in Tehran city. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 13(3), 183-196. [In Persian]
- Zelizer, V. A. (1989). The social meaning of money: Special monies. *American Journal of Sociology*, 95(2), 342-377. <https://www.jstor.org/stable/2780903>
- Zelizer, V. A. (1991). Money. In E. F. Borgatta & M. L. Borgatta (Eds.), *Encyclopedia of sociology* (pp. 1304-1310). Macmillan.
- Zelizer, V. A. (1994). *The social meaning of money: Pin money, paychecks, Poor Relief, & Other currencies*. Basic Books. <https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691176031>
- Zelizer, V. (2000). Fine tuning the zelizer view. *Economy and Society*, 29(3), 383-389. <https://doi.org/10.1080/03085140050084570>
- Zelizer, V. (2005). *The purchase of intimacy*. Princeton University Press.