

УДК 159.923:336

ББК 88.5

М 15

Е.А. Макарова

*Доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных дисциплин Таганрогского института управления и экономики
E-mail: makarova.h@gmail.com*

Е.Л. Макарова

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры менеджмента и инновационных технологий Южного федерального университета; E-mail: helen_makarova@mail.ru

Е.А. Махрина

*Кандидат психологических наук, заведующий кафедрой психологии Таганрогского института имени А.П. Чехова (филиал) РГЭУ (РИНХ);
E-mail: mahrina_lena@mail.ru*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРУКТУРНЫХ КОМПОНЕНТОВ И ХАРАКТЕРИСТИК ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ К ДЕНЬГАМ

(Рецензирована)

Аннотация. В данной статье рассмотрены теоретические аспекты изучения ценностно – смыслового отношения к деньгам. Выявлены структурные компоненты и характеристики ценностно-смысловых отношений к деньгам.

Ключевые слова: психология денег, отношение к деньгам, психологические функции, ценностно-смысловое отношение.

Е.А. Makarova

Doctor of Psychology, Professor, Head of the Humanities Department, Taganrog Institute of Management and Economics; E-mail: makarova.h@gmail.com

Е.Л. Makarova

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of Management and Innovative Technologies Department, Southern Federal University; E-mail: helen_makarova@mail.ru

Е.А. Makhrina

*Candidate of Psychology, Head of Psychology Department, A.P. Chekhov Taganrog Institute (Branch) of Russian State Economic University (RINH);
E-mail: mahrina_lena@mail.ru*

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF STRUCTURAL COMPONENTS AND CHARACTERISTICS OF VALUE-SEMANTIC ATTITUDE TO MONEY

Abstract. The paper examines the theoretical aspects of studying the value – semantic attitude to money. The structural components and characteristics of value-semantic attitude to money are revealed.

Keywords: psychology of money, attitude to money, psychological functions, value-semantic attitude.

В условиях современной России деньги перестали быть абстрактным средством для регулирования экономических отношений. Они наделяются людьми собственной ценностью, зачастую занимающей ведущее место в иерархии ценностей человека. Экономические аспекты отношения к деньгам соотносятся с современными проблемами психологии, поскольку она, как правило, сводится к мотивам поведения индивидов. Психология уже не может игнорировать факт влияния денег на различные аспекты жизнедеятельности человека.

Деньги являются важной частью жизни, они влияют на нас во всех сферах нашей жизни, прямо или косвенно. Деньги влияют на наши отношения, наш выбор карьеры, образования, семейного статуса и так далее, но, что еще более важно, наше отношение к деньгам, наши чувства, эмоции, химические реакции нашего мозга.

Деньги больше, чем просто средство для достижения цели. Они вызывают поведенческие реакции, которыми невозможно объяснить их утилитарную ценность. Люди никогда не могут получить достаточно денег. Они будут жертвовать другими жизненными ценностями, такими, как семья или друзья в пользу накопления денег и преследуют деньги ради денег [1]. Деньги вызывают сильные, порой необъяснимые эмоциональные реакции, например, граждане настолько привыкли к виду банкнот и монет, что сопротивляются любым государственным изменениям при эмиссии денег.

Несмотря на актуальность психологической проблемы отношения к деньгам, она недостаточно разработана, что объясняется, прежде всего, объективными экономическими условиями, в том числе фиксированная, без обсуждения с работником установленная заработная плата, весьма призрачные перспективы должностного роста и

соответственно роста материального благополучия, отсутствие связи между объемом вклада работника в работу, в развитие организации и материальной отдачей, феномен «подпольных миллионеров». Для выживания в этих условиях отношение субъектов к деньгам, скорее всего, должно было быть «философским». Именно такое положение дел стало источником формирования многих комплексов в отношении к деньгам и ко всему, что с ними связано, в нынешнем сознании и самосознании россиян.

Социально-психологическое исследование показывает, что, в отличие от экономического краха 2009 года, во время текущего кризиса россияне относятся к деньгам рациональнее. В 2015 году россияне стараются не брать кредитов и не совершать импульсивные покупки. Одновременно с этим они отказываются от любых банковских вкладов, предпочитая потратить все деньги на товары и услуги.

Национальное агентство финансовых исследований провело опрос, который показал, что 30% россиян прекратили делать сбережения, по сравнению с 2009 годом, когда во время кризиса от накоплений отказались лишь 17% россиян. В качестве основной причины для такой тенденции 54% опрошенных назвали недостаточный размер дохода, которого хватает лишь на текущие потребности, в 2009 так считали 40% респондентов. Одновременно исследование показало, что россияне стали более рациональными и не стремятся необдуманно тратить деньги, опасаясь роста инфляции.

Уменьшилось число граждан (с 3 до 1%), которые стремились купить товары по низким ценам. Вдвое сократилось количество россиян, которые выплачивают кредиты (с 26% до 14%). Исследование показало, что 70% респондентов, которые копят средства, не уверены в будущем (44%) [2].

Идеализация денег либо презрение к ним, негативное, а зачастую и агрессивное отношение субъектов к богатым, неумение обсуждать вопросы, связанные с размером оплаты труда, при найме на работу, неловкость, которую испытывают многие респонденты в данных ситуациях, – вот реальность сегодняшнего отношения к деньгам в современном обществе.

Человеческие сообщества не могут длительное время существовать на паритетных началах вследствие многочисленных различий их членов. Почти сразу в них организуется иерархия, особенности которой обуславливаются причинами, целями и особенностями существования того или иного сообщества. Немалую роль в этом процессе играют вещи и деньги, в частности. Деньги являются самой абстрактной, непонятной и не всегда предсказуемой формой жизни большинства человеческих сообществ. При этом деньги влияют на многие сферы жизнедеятельности и имеют поэтому не единый, а многозначный смысл в жизни людей [3: 52].

Можно выделить различные аспекты изучения денег: экономический, социологический, психологический. Экономическая суть денег заключается в том, что они выступают как порождение и форма выражения товарного хозяйства [4]. Деньги как непреходящий атрибут экономической жизни людей появились в том или ином виде на следующем после натурального обмена этапе развития общества. Это товар, специальная потребительная стоимость которого делает его, с точки зрения экономики, всеобщим эквивалентом всех товаров, превращая в капитал [5].

Однако в реальной жизни тезис о всеобщей эквивалентности денег является в определенном смысле фикцией, поскольку практически не существует таких человеческих сообществ, где каждый может купить на деньги все и, следовательно, все

члены такого сообщества относятся к деньгам совершенно одинаково. Условия дефицита, инфляции, различный возраст, социальные условия жизни, индивидуальные психологические характеристики и жизненные ценности приводят к различному значению денег в жизни каждого человека. Поэтому проблема денег изучается не только в экономическом отношении, но и с позиций социологии и психологии.

Социология денег – это направление в изучении денег, которое наряду с антропологией пытается показать, как социальные силы (культурные нормы, ритуалы, обычаи и законы) вмешиваются в экономическое поведение и заставляют людей поступать нерационально в отношении денег [5].

Психология денег – это раздел экономической психологии, изучающий изменения психики людей и, как следствие, их поведения под воздействием денег [4]. В большей степени психологи рассматривают индивидуальные и групповые различия поведения индивидов, проявляющиеся в основном при изменениях в денежной сфере, при столкновениях людей с деньгами (в форме оплаты труда, обращения с ними и т.д.). Необходимо отметить, что понятие «психология денег» вряд ли является строго научным, поскольку деньги сами по себе, в их первоначальном предназначении, не несут никакой психологической нагрузки (значения, ценности, смысла). Поэтому правильнее говорить о психологии отношения к деньгам; в литературе также встречается понятие «монетарные отношения».

Ценностно-смысловые отношения к деньгам определяются как психологические отношения субъекта, в которых деньги презентуются как желательные, должные, совершенные (ценности) для субъекта либо как занимающие место средства в его жизнедеятельности для реализации тех или иных его потребностей и ценностей.

Отношения к деньгам имеют свое конкретное выражение в интеграции денег в систему ценностей и, как следствие, придании деньгам определенного смысла в денежных потребностях, мотивах получения и использования денег, денежных социальных установках. Указанные психологические образования выступают в роли регуляторов экономического поведения личности.

Ценностные отношения к деньгам изучаются как устойчивое убеждение в том, что с личной или социальной точки зрения наличие денег предпочтительнее, чем их отсутствие [6]. Деньги относятся одновременно к группе материальных ценностей, но также выступают средством достижения социальных и духовных ценностей.

Проблема ценности денег не нова в психологии. Уже Бехтерев В.М. [7] в своем труде «Коллективная рефлексология» утверждал значимость отношения к деньгам, ценности денег в обществе и взаимосвязь этой субъективной ценности с устойчивостью финансово-экономического рынка в стране [4]. При экономическом росте страны масса денег растет, увеличивается число их функций, от чего их ценность возрастает. Этот процесс продолжается до момента насыщения деньгам, после чего их ценность в глазах обывателя снижается.

Ценность денег изучается в аспекте того, какой личностный смысл придает деньгам владеющий ими. Голдберг Х. и Левис Р. выделили различные смыслы денег.

Безопасность. Деньги могут использоваться для преодоления тревоги и достижения чувства безопасности. Они заменяют людей, которые не оцениваются как источник безопасности. То, что не удалось в отношениях с людьми, переносится на деньги.

Свобода. Деньги освобождают человека от повседневной рутины и ограничений. Однако свобода порождает тревогу, которая требует

компенсации. В качестве компенсации могут выступать различные виды деятельности – от участия в террористических акциях до поверхностного прожигания жизни. Идеальным вариантом компенсации является связывание человеком открывшихся ему возможностей с целями самосовершенствования личности.

Любовь. Деньги могут заменять эмоциональную близость в отношениях и использоваться для того, чтобы купить преданность и привязанность. Человек оплачивает отношение к нему со стороны другого человека, которое является необходимым для гармоничного существования. Если качество отношений перестает удовлетворять владельца денег, он оставляет за собой право наказать другую сторону, лишив ее каких-либо благ. В меньшей степени в психологии изучены характеристики тех, кто готов за деньги (или материальное вознаграждение иного вида) демонстрировать определенное отношение к другому человеку.

Власть. Деньги необходимы для того, чтобы почувствовать свое превосходство над другими людьми и купить право на это чувство. Люди, придающие деньгам именно такой смысл, склонны унижать, подчинять и контролировать других, как правило, тщеславных, жадных и неуверенных в себе людей. Властолюбцы строят свои взаимоотношения с другими людьми, манипулируя ими и демонстрируя свое пренебрежение [5].

Таким образом, под отношением к деньгам в психологии понимается осознанное и субъективно-избирательное представление о деньгах, проявляющееся в денежном поведении. Отношение к деньгам как экономико-психологический феномен выполняют многочисленные экономические, социальные и психологические функции.

1. Компенсаторно-терапевтическая функция. Как экономико-психологический феномен отношение к деньгам представлено

познавательным, эмоциональным и мотивационно – волевым компонентами, сопровождает социальный обмен и способно выполнять компенсаторно-терапевтическую функцию. Различные виды денежного поведения (от скупости до транжирства) могут иметь в основе избегание тревоги, порожденной самыми разнообразными межличностными и внутриличностными конфликтами (стремление к превосходству над другими людьми, манипулирование, дефицит эмоциональной близости, противоречия между свободой и ответственностью, ощущение пустоты и бессмысленности жизни и др.). По словам Д.А. Леонтьева, деньги светят отраженным смыслом [8]. Деньги могут восприниматься как заменяющие людей и использоваться для преодоления тревоги и достижения чувства безопасности. Наиболее благоприятным вариантом компенсации является связывание человеком открывшихся ему возможностей с целями самосовершенствования личности.

2. Функция стимуляции экономической активности личности, экономического прогресса страны. Примерно в то же время, когда началась интенсивная разработка проблемы отношений, в отечественной психологии (50–60-е годы XX века) был поставлен вопрос о необходимости выделения феномена экономического сознания в структуре общественного сознания. В рамках разработки этой проблематики представления, установки, ценностные ориентации, отношения и оценки личности по поводу явлений экономического содержания стали рассматриваться как устойчивые компоненты экономического сознания человека, побуждающие к активности в экономической и профессиональной сферах деятельности.

На примере сорока трех стран было обнаружено, что степень ценности денег для жителей страны связана с показателями ее

экономического роста. Отражением экономического уровня страны является уровень доходов населения. Под личным доходом в экономике понимается денежный доход работника, складывающийся из заработной платы и дополнительных платежей, включая дивиденды, ренту, премии, трансферты. Негативными составляющими отношения к деньгам граждан страны выступают проявления недоверия к своей денежной единице, снижение ее авторитета, что в полной мере отразилось в нашей стране, где четко отражается зависимость рубля от доллара и евро [9].

Определить влияние социокультурных традиций на отношение к деньгам в сегодняшнем мире достаточно сложно, поскольку преобладающее значение имеет уровень экономического развития страны, ее степень вовлеченности в мировую систему хозяйства, уровень организованности производства и банковской системы – качеств, являющихся наднациональными. Выявлены определенные компенсаторные механизмы – в странах с малым доходом на душу населения купюры и монеты, как правило, большего размера, чем в богатых странах [5].

3. Функция индикатора положения человека (статуса) среди других людей. Социокультурные традиции тесно переплетены не только с экономическим положением, но и с этическими проблемами. Исследования структуры ценностей среди молодежи подтвердили, что в странах со стабильной экономикой больше ценятся этические аспекты труда, мастерство (консервативные ценности), а в странах с экономическим ростом больше приветствуются конкуренция, мотивация успеха, рост сбережений.

Эти данные свидетельствуют о том, что экономический фактор достаточно силен, чтобы разрушить социокультурные особенности в отношении к деньгам, поэтому

традиции сохранились в большей степени там, где экономический рост начался недавно (в частности, в России) [10]. Социокультурные особенности отношения к деньгам проявляются в нашей стране в структуре трат, в сбережении денег, в отношении к гостям, в чувствах, испытываемых к более богатым и более бедным согражданам, в проблемах уравнительного распределения и т.д.

Современные российские отношения к деньгам в значительной степени сформированы нынешним экономическим положением, а также менталитетом. Они обнаруживаются в психологических и социологических исследованиях ценностей. Все чаще среди качеств людей «молодой, красивый, умный, добрый» на первое место ставится «богатый», среди преобладающих ценностей называются «состояние», «должность» и т.п.

Необходимо отметить, что деньги не являются всеобъемлющим фетишем и определяют далеко не все отношения между людьми как в пределах одной страны, так и между странами. По фактору презрения к деньгам кросс-культурных различий не выявлено [11]. Экономическое положение индивида и то, гражданином какой страны он является, определяют отношение к нему партнера с точки зрения денежных затрат на него – прием, подарки, обслуживание, оплата труда. Представители более бедной страны являются менее «затратными».

Отношение к деньгам в разных социальных группах – этот аспект отношения к деньгам в отечественной психологии специально не разрабатывался. Проведенные кросс-культурные исследования показывают, что фактор классовой принадлежности перекрывает фактор культурно-территориальных различий. При сравнении степени влияния на отношение к деньгам фактора принадлежности к классу (или слою) с таким фактором, как

уровень дохода, результаты показали, что влияние фактора классовой принадлежности перекрывает влияние уровня дохода на отношение к деньгам.

В то же время неразработанным остается вопрос об особенностях отношения к деньгам людей, стоящих на разных ступенях профессионального становления: обучающихся той или иной профессии; работающих в ней; профессионалов, достигших разного уровня профессионального мастерства. Однако, принимая во внимание ценностно – смысловой характер отношения к деньгам, становится очевидным, что профессиональное становление, оказывая существенное влияние на трансформацию ценностной сферы личности, не может не оказывать значительного воздействия на отношение к деньгам [9].

Проведенный анализ психологической литературы показал, что на сегодняшний день в ней недостаточно представлены исследования, где изучается отношение к деньгам у представителей массовых социально-экономических профессий в связи с этапами их профессионального становления.

4. Функция отражения содержания, способов, условий труда. Деньги являются обобщенной формализованной стороной вещного мира – в них отражается вложенный труд, субъективная полезность, духовность, символизм мира вещей. В исследовании Т.С. Джанерьян [12] было показано, что при непосредственном отношении к профессиональному труду, для которого характерно доминирование мотивов материального обеспечения посредством труда, отмечается несовпадение целей деятельности и субъективных целей личности, восприятие своей деятельности как отчужденной, навязанной извне.

Многочисленные данные эмпирических исследований показывают, что корни большинства трудностей, связанных с деньгами, лежат не в

деньгах как таковых, а в отношении к ним человека. Более того, основная часть проблем в отношении к деньгам связана не с богатством, а с бедностью. Деньги – проблема бедного человека, а не богатого. Хотя алчность, жадность и зависть к состоянию других зачастую связывают с богатством, на самом деле они являются отражением того, что человек не ощущает себя богатым настолько, насколько это необходимо ему для душевного равновесия.

Содержательно ценностно-смысловые отношения к деньгам выступают в форме вербально – оценочной репрезентации человеком конкретной ценности или конкретного смысла денег в соответствии с его потребностями и ценностями.

В настоящее время отмечают несколько основных тенденций изменения системы ценностей у граждан нашей страны, связанных с социально-экономическими «бурями», которые сопутствуют проводимым реформам:

- переоценка систем ценностей, их массовое снижение в духовном и социальном аспекте при одновременном возвышении материальных, индивидуальных ценностей;

- ориентация на деньги как на основное средство и критерий жизне-существования и развития;

- снижение нравственных норм в отношениях между людьми, формирование культа удовольствий, развлечений и форм поведения, требующих значительных денежных затрат;

- увеличение деструктивных форм активности, в том числе преступных, совершаемых зачастую в корыстных или близких к ним целях;

- возрастание значимости прагматических ценностей, в частности, эффективности в делах, которая получает свое выражение в денежном эквиваленте – устойчивые новые тенденции в современной России.

Отношения к деньгам выступают одним из важнейших компонентов экономического сознания личности. В качестве теоретической единицы анализа структуры экономического сознания выступают осознаваемые элементы психологического отношения личности к материальному миру и, в частности, к деньгам [5].

- мотивационно-когнитивный компонент: содержанием его выступает место мотива жизнедеятельности «деньги» и ценность денег (по вербальной репрезентации субъектом) в иерархии других мотивов и ценностей.

- эмоциональный компонент включает переживания, оценки, чувства в связи с деньгами;

- конативный компонент выражается в действиях и намерениях в адрес денег.

Таким образом, мотивы овладения этим объектом и знание об объекте составляют содержание мотивационно-когнитивного компонента, который является ведущим в структуре отношений субъекта. При исследовании отношений субъектов к деньгам ведущим мотивом в структуре данного отношения может быть мотив жизнедеятельности «деньги», а ведущей когнитивной составляющей – представление субъектов о деньгах как о терминальных или инструментальных ценностях или как о средстве для удовлетворения своих потребностей.

Примечания:

1. Aaker J. L., Rudd M., Mogilner C. If money does not make you happy, consider time // *Journal of Consumer Psychology* 21 (2011) P. 126–130/

2. Национальное агентство федеральных исследований. URL:<http://nacfin.ru/analytics/>

3. Современный экономический словарь / Под ред. Стефаненко Е.Г. М.: Эко, 1999. с. 52.

4. Андреева И.В. Экономическая психология. Социокультурный подход. СПб.: Питер, 2010. С. 118–165.
5. Махрина Е.А. Виды и характеристики ценностно-смысловых отношений к деньгам у представителей социэкономических профессий: дисс. ... канд. псих. наук: 19.00.01 / Махрина Елена Александровна. Ростов н/Д., 2006. 229 с.
6. Furnham A. Many sides of the coin: the psychology of many usage // Personality individual Differences. 1984. Vol. 5. P. 95–103.
7. Бехтерев В.М. Сознание и его границы // Психология сознания. Хрестоматия. СПб.: Питер, 2001. С. 19–31.
8. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М.: Смысл, 2003. 487 с.
9. Дейнека О.С. Экономическая психология: Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. С. 55–109.
10. Пфау-Эффингер Б. Опыт кросс-национального анализа тендерного уклада // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 15–26.
11. Belk R. and Wallendorf M. The sacred meaning of many // Journal of economic psychology. 1990. 11. P. 35–37.
12. Джанерьян С.Т. Профессиональная Я – концепция: системный анализ. Ростов н/Д.: Изд-во РГУ, 2004. 480 с.

References:

1. Aaker J.L., Rudd M., Mogilner C. If money does not make you happy, consider time // Journal of Consumer Psychology 21 (2011) P. 126–130.
2. National Agency of federal investigations URL: <http://nacfin.ru/analytics/>
3. Modern economic dictionary / Ed. Stefanenko TG M. : Eco, 1999. p. 52.
4. Andreeva I.V. Economic Psychology. Socio-cultural approach. SPb.: Peter, 2010. pp. 118–165.
5. Mahrina E.A. Types and characteristics of value-semantic money attitude for representatives of socionomical professions: Candidate of Psychology Dissertation: 19.00.01 / Mahrina Elena Alexandrina. Rostov-on-Don, 2006. 229 p.
6. Furnham A. Many sides of the coin: the psychology of many usage // Personality individual Differences. 1984. Vol. 5. P. 95–103.
7. Bekhterev V.M. Consciousness and its boundaries // Psychology of consciousness. SPb. : Peter, 2001, pp. 19–31.
8. Leontyev D.A. Psychology of meaning: the nature, structure and dynamics of the sense of reality. M. : Smisl, 2003. 487 p.
9. Dejneka O.S. Economic Psychology: Textbook. SPb.: PH of St. Petersburg State University, 2000, pp. 55–109.
10. Pfau-Effinger B. Experience of cross-national analysis of gender lifestyle // Sociological researches. 2000. № 11. pp. 15–26.
11. Belk R. and Wallendorf M. The sacred meaning of many //Journal of economic psychology. 1990. 11. P. 35–37.
12. Dzhaneryan S.T. Professional self – concept: systematic analysis. Rostov-on-Don: PH of Russian State University, 2004. 480 p.