Научная статья

УДК 159.923

doi: 10.31079/1992-2868-2021-18-4-128-133

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ОТНОШЕНИЯ К ДЕНЬГАМ СОТРУДНИКОВ БЮДЖЕТНЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Анна Андреевна Леженина

Дальневосточный государственный университет путей сообщения, Хабаровск, Россия, Lanna0808@mail.ru

Аннотация. В статье представлены результаты исследования личностного отношения к деньгам сотрудников бюджетных и коммерческих организаций. Автором описаны основные зарубежные и отечественные психологические исследования, предмет которых – деньги. Приведены результаты эмпирического исследования, которые показывают различия в отношении к деньгам представителей бюджетной и коммерческой сфер деятельности.

Ключевые слова: отношение, отношение к деньгам, работники бюджетной сферы, работники коммерческой сферы, ценность денег, денежное поведение, благополучие, финансовая скупость, сбалансированное отношение к деньгам

Original article

PSYCHOLOGICAL CONTENT OF THE ATTITUDE TO MONEY OF BUDGET AND COMMERCIAL ORGANIZATIONS EMPLOYEES

Anna A. Legenina

Far Eastern State Transport University, Khabarovsk, Russia, Lanna0808@mail.ru

Abstract. The article presents the results of the study of personal attitude to money of budgetary and commercial organizations employees. The author described the main foreign and domestic psychological researches, the object of which was «money». The results of the empirical study are presented, which show differences in the treatment of money between the budget and the business sectors.

Keywords: attitude, attitude to money, budget workers, commercial workers, value of money, monetary behavior, well-being, financial stint, balanced treatment of money

Тема денег сегодня имеет особую актуальность и в реальной жизни, и в науке. В мире активно развивается экономическая психология, предметными областями которой традиционно являются спрос, деньги, потребитель и т.д. В нашей стране эти проблемы в течение длительного времени не исследовались, деньги не являлись предметом изучения психологии вообще. В последнее время интерес к данной проблематике значительно возрос.

Деньги являются для большинства людей очень значимым, очень ценным объектом, ради них могут пойти на преступление, убить и предать. Поэтому, по крайней мере для части людей, деньги являются одной из главных ценностей. В эмпирических исследованиях достаточно редко используют понятие «деньги» как обозначение определенной ценности или ценностной ориентации. Часто деньги заменяются такими категориями, как материально обеспеченная жизнь (отсутствие материальных затруднений), материальная обеспеченность, обеспечить себе материальный комфорт, зарабатывать на жизнь и т.д.

Повышение роли денег в жизни общества и изменение отношения к деньгам легли в основу исследования в качестве их предмета. Объектом исследования явилось отношение к деньгам. Цель состояла в выявлении психологических особеннос-

тей отношения к деньгам сотрудников государственной и коммерческой организаций. В качестве гипотезы было выдвинуто предположение о том, что личностное отношение к деньгам сотрудников государственной и коммерческой организаций имеет свои особенности.

Рассмотрим некоторые исследования, посвященные теме денег.

В России тема денег неоправданно долго была идеологически неактуальной. Некоторое внимание к деньгам уделялось в разделах социальной, промышленной психологии, психологии менеджмента, посвященных мотивам трудовой деятельности и материальному стимулированию. Правда, еще В.М. Бехтерев в труде «Коллективная рефлексология» утверждал значимость отношения к деньгам, ценность денег в обществе и взаимосвязь этой субъективной ценности с устойчивостью финансово-экономического рынка в стране [1].

Согласно мнению В.Н. Мясищева отношение есть компонент системы теоретических представлений личности, отражающий ее субъективно-оценочный, сознательно избирательный подход к действительности и представляющий собой интериоризированный опыт существования в социальном окружении [2]. Следовательно, отношение к день-

гам – это частное отношение, очерчивающее экономико-психологическую сферу данной системы.

В исследованиях западных психологов Дж. Катона, М. Вебера, Э. Дюркгейма показано, что деньги могут символизировать потребности в безопасности, свободе, власти и любви. Однако человек с помощью денег не может удовлетворить эти потребности, что порождает у него более или менее серьезные психологические проблемы [3].

Согласно В. Филпатрику, деньги для людей могут являться: мерилем удачливости, благополучия; социально приемлемыми атрибутами бытия; объектом презрения и морального зла; способом обеспечения комфорта; консервативной коммерческой ценностью, что подчеркивает функциональный размах и значимость денег в жизни людей.

Тема денег заинтересовала исследователей в конце 90-х – начале 2000-х. В ходе исследований зарубежные и отечественные психологи (И. Гурвич, Дж. Хакман, Е. Лоулер, Ю.П. Поваренков и др.) установили, что деньги – психологизированное явление (2002). Отношение к деньгам может выражать различные неудовлетворенные потребности человека и определять его поведение в сфере экономических отношений [4].

Линн Р., исследуя национальные особенности отношения к деньгам в 43 странах, выявил такие закономерности [5]:

- ценностное отношение к деньгам и экономический рост в стране связаны положительными корреляциями;
- ценность денег и доход на душу населения связаны обратно пропорциональной зависимостью: чем выше доходы государства, тем меньшей самоценностью являются для людей деньги;
- деньги – это инструментально-символическое средство социального взаимодействия.

Первые исследования, проводимые в нашей стране, показали, что экономические установки жителей России только формируются, отсутствует доверие к рублю как к денежной единице мирового рынка, отношение к деньгам характеризуется высокой аффективной напряженностью.

Для представляемого исследования важно выделить определение О.С. Дейнеки, которая под отношением к деньгам понимает осознанное и субъективно-избирательное представление о деньгах, проявляющееся в денежном поведении. Как экономико-психологический феномен оно представлено познавательным, эмоциональным и мотивационно-волевыми компонентами, сопровождает социальный обмен и способно выполнять компенсаторно-терапевтическую функцию [5]. Определение О.С. Дейнеки включает все необходимые для формирования разумного отношения к деньгам психологические компоненты личности.

Интересен психологический анализ отношения москвичей к деньгам, проведенный А.Б. Фенько в 2000 г. [6]. Эмпирическое исследование осуществлялось с использованием разработанного автором опросника «Отношение к деньгам». Автором была выделена структура экономических установок москвичей, образованная факторами тревожности, бережливости, расточительности и заработка. Экономические установки респондентов отличались синкретичностью, диффузностью и противоречивостью. Что свидетельствовало, по мнению автора, о том, что установки находятся в стадии становления. В частности, было установлено, что отношение москвичей к деньгам характеризуется высокой аффективной напряженностью, выражающейся в преобладании в структуре экономических установок фактора тревожности. Автором выделены четыре типа экономических установок:

- советский – «мало зарабатывать, мало тратить»;
- протестантская трудовая этика – «много зарабатывать, мало тратить»;
- консюмеризм – «много зарабатывать, много тратить»;
- паразитизм – «много тратить, не зарабатывая».

Исследования В.Д. Рубинштейна позволили классифицировать людей на материально удовлетворенных и материально неудовлетворенных. Эти две группы существенно различаются во многих отношениях. Материально благополучные контролируют свои финансы, тогда как неблагополучные позволяют деньгам управлять их поведением. Так, если возникает желание купить что-нибудь слишком дорогое, то представители первой группы постараются либо накопить достаточно денег, либо забыть об этой вещи. Неудовлетворенные же чаще всего попытаются взять деньги в долг. Во второй группе также значительно выше частота эмоциональных расстройств и психосоматических заболеваний. Это говорит о том, что поведение зависит от того, насколько будут сбалансированы расходы по отношению к доходам [3].

Интересно, что экономическая социализация предполагает освоение денежного опыта на разных возрастных стадиях развития. Т.В. Бабицкая подчеркивает следующие этапы формирования отношения к деньгам в детстве:

- в период от 4 до 6 лет формируются элементарные понятия о деньгах и покупках;
- от 6 до 8 лет развиваются представления о денежной системе и ее связи с работой;
- от 8 до 9 лет создается мнение о богатстве и бедности;
- в период от 10 до 12 лет приобретаются умения строить экономические отношения;
- к 12–15 годам знания о деньгах и экономике приближаются к взрослому пониманию. Подростко-

вое отношение к деньгам и вещам тесно связано с проблемами самоуважения в глазах сверстников [7].

Исследования отношения к деньгам за последние 20 лет выявили:

- отношение к деньгам коррелирует с демографическими (пол, возраст, социальный класс), национальными и личностными факторами;
- женщины, люди старшего возраста, представители низших социальных слоев и невротики больше озабочены проблемой денег, чем все остальные;
- с увеличением дохода ценность денег растет, а затем снижается, т.е. наивысшей ценности деньги достигают у людей со средним достатком;
- по мере возрастания дохода увеличивается склонность людей утаивать величину своих доходов;
- не зависят от доходов человека установки по отношению к деньгам, измеренные по следующим факторам: власть-престиж, откладывание на будущее, недоверие, качество, тревога.

Важно подчеркнуть, что отношение к деньгам меняется на протяжении всего жизненного пути человека, так как на него оказывают влияние различные факторы, а значит, можно скорректировать управление своими финансовыми средствами.

Белицкая Г.Э. отмечает, что деньги встроены в индивидуальную систему ценностей отдельной личности [4]. Л.Ю. Кибизова ставит вопрос о соотношении денег и духовности человека: деньги могут быть возможностью для проявления лучшего, что есть в человеке, с их помощью можно сострадать, воздавать должное, «любить ближнего своего». Однако погоня за деньгами ради эгоистических целей противоречит духовным ценностям [8].

Суптеля А.В. и Ерина С.И. затрагивают проблему возможности достижения материального достатка и соблюдения моральных и социальных норм. Особенностью отечественного менталитета можно считать то, что структуре ценностей российских предпринимателей, да и многих других, по-прежнему противопоставляются ориентация на материальный успех и, напротив, на социальное одобрение [9].

Обратим внимание на определение М. Рокича, который говорит, что деньги как ценность – это устойчивое убеждение в том, что с личной или социальной точки зрения наличие денег предпочтительнее, чем их отсутствие. Деньги могут быть терминальной ценностью: они могут выступать целью деятельности, а в особых случаях – и смыслом жизни, хотя по своей сути они ближе к инструментальным, так как являются средством для достижения других целей [10].

Отношение к деньгам во многом определяет поведение человека, его мотивацию.

Фернам А. выделил шесть факторов, влияющих на денежное поведение: пол, возраст, личностные

особенности, экономический статус, социальное окружение, социальное положение [3].

По исследованиям А.Б. Фенько (2000), у российских женщин и мужчин разный источник тревожности по поводу денег. Женщины стремятся к контролю ситуации (в частности, в семейном бюджете), но импульсивны в тратах. Мужчины с деньгами связывают престижность, амбициозность, самолюбие [6].

Молодые чаще одалживают деньги, люди пожилого возраста предпочитают делать накопления. В исследовании психологии «денежного займа» О.А. Носкова-Дукельская обнаружила следующие закономерности. Мужчины чаще женщин оказываются в положении должника. Они чаще берут в долг на короткий срок, а женщины – на длительный.

При этом мужчины меньше женщин озабочены состоянием «должника». В кредиторах оказываются родственники, друзья, партнеры по бизнесу. К последним чаще обращаются женщины. Возвращать долги предпочитают 70 % людей. Личностные различия в денежном поведении проявились следующим образом: экстраверты открыто относятся к деньгам, они беззаботнее интровертов. Уверенность в себе также влияет на отношение к деньгам. Моты и транжиры менее уверены в себе и у них менее устойчивая самооценка. Их транжирство компенсирует заниженную самооценку, но ненадолго. Правда, транжиры соматически более здоровы, чем люди, отказывающие себе во имя накоплений и сбережений. Осторожные в тратах люди чаще не удовлетворены жизнью [2].

Таким образом, можно констатировать, что отношение к деньгам формируется у людей на протяжении всего жизненного пути и имеет свои временные периоды. Сбалансированное отношение к деньгам и доходам имеет более старшее поколение, молодежь чаще прибегает к займам. Это можно объяснить тем, что у личностно зрелых людей сформировано более рациональное и осознанное отношение к деньгам, которые воспринимаются как средство, у них не происходит их фетишизация, преобладают установки на рациональное потребительское поведение.

Одной из основных характеристик денег и денежного вознаграждения психологи считают ненасыщаемость. Эта характеристика денег как мотивирующего инструмента содержит в себе и преимущества, и недостатки. С одной стороны, они являются мощным средством мотивации любой деятельности, а с другой – могут быть причиной разрушения мотивации.

Существуют особенности восприятия заработной платы. С помощью денег в любой момент можно подкреплять всякую деятельность. Тем не менее ученые уже достаточно давно усомнились во всевластии денег как средства побуждения к труду. Если недостаток денег (материального стимулирования) может вызывать неудовлетворенность рабо-

той, то их достаточное количество само по себе не приносит длительной удовлетворенности. Это особенно актуально для людей, работающих за фиксированный оклад. Такие люди могут испытывать положительные эмоции, удовлетворенность при повышении по службе, одобрении их действий, признании заслуг и т.п. (нематериальное стимулирование). Но, как отмечает известный американский ученый М. Армстронг, чувство эйфории может быстро исчезнуть, если работники не получают удовлетворения от самой работы [11].

По наблюдениям психологов, человек быстро привыкает к новому, более высокому уровню оплаты. По мере того, как растет заработная плата, растут и ожидания относительно ее увеличения.

Учеными и практиками (Б. Стаси, И. Ньюсан и Е. Ньюсан) выявлена закономерность: чем меньше человек зарабатывает, тем важнее для него материальное вознаграждение, размер зарплаты. Поэтому низкооплачиваемые работники зависят от каждого заработанного рубля и, что очень важно в наших условиях, от задержек в выплате заработной платы [11].

Анализ систем мотивации дает нам основания предположить существование некоего предельного уровня заработной платы, превышение которого никак не будет отражаться на мотивации.

Сравнивая материальное и нематериальное стимулирование, Б. Нельсон и П. Эконом обращают внимание на особенность их восприятия. Получение денежного вознаграждения современными работниками рассматривается как право, нематериальное воспринимается как дар. Регулярные (ежемесячные, ежеквартальные) премии и другие вознаграждения работники вскоре начинают считать частью своей основной оплаты, гарантированным заработком и, следовательно, тем, на что они имеют право. Полная или частичная отмена премиальных выплат будет восприниматься как наказание со всеми вытекающими из этого демотивирующими (т.е. разрушающими мотивацию) последствиями.

Так, с помощью ряда экспериментов психологами (А. Смит, Дж. Катона, М. Вебер, Э. Дюркгейм, П. Сорокин, В. Парето) установлено, что в результате постоянного материального подкрепления интерес человека смещается с самой деятельности на деньги [9]. То есть работа, которая ранее была привлекательна, воспринималась как увлечение, со временем становится только средством заработка. Деньги могут подрывать интерес к содержанию и процессу деятельности, меняя иерархию мотивов личности. Становится важно не то, что ты делаешь, а то, сколько ты за это получаешь. Однако необходимо уточнить, что у многих профессионалов стремление зарабатывать деньги гармонично сочетается с большой увлеченностью содержанием деятельности. По этому поводу М. Армстронг пишет: «Можно оспорить также положение о том, что

внешние награды могут подрывать внутренний интерес... Что мы действительно знаем, так это то, что в процесс повышения показателей труда вовлечено множество факторов и многие из них взаимно влияют друг на друга» [11]. Следует также учитывать, что размер заработной платы для большинства людей является доминирующим фактором при выборе места работы.

В настоящее время в нашей стране существует две основные сферы приложения сил: бюджетная и коммерческая. Для получения наглядной картины необходимо выяснить, по какому принципу (схеме) начисляется заработная плата для трудящихся в бюджетной сфере и трудящихся во внебюджетной сфере. Итак, заработная плата бюджетников в номинальном выражении является результатом государственной политики Российской Федерации в области оплаты труда, основными инструментами данной политики являются: минимальный размер оплаты труда (МРОТ) и единая тарифная сетка (ЕТС). Наоборот, зарплата госслужащих формируется на конкурентном рынке труда с учетом того, что действующие здесь фирмы максимизируют прибыль [11].

Как показывает статистика, если сопоставить работников одной сферы деятельности и примерно одной должности, то становится понятно, что внебюджетники получают в среднем примерно на 20 % больше, чем они получали бы в бюджетном секторе. По ряду причин это характерно не для всех регионов. Для жителей небольших городов работа на государство выгодна, поскольку разрыв в зарплате там минимален, а сама работа относительно стабильна.

Отсюда прослеживается взаимосвязь между зарплатой и отношением к деньгам, которую можно объяснить тем, что государственные организации выполняют функции некоммерческого характера, направленные на социальное благополучие людей (социально-культурная, научно-техническая функции). А коммерческие фирмы направлены непосредственно на получение прибыли, и у них свой бюджет, из которого они делают материальные выплаты сотрудникам.

В целях уточнения информации об отношении к деньгам сотрудников бюджетных и внебюджетных организаций было проведено эмпирическое исследование.

Исследование личностного отношения к деньгам проводилось посредством ассоциативного эксперимента (слова-стимулы «деньги», «успех», «много денег», «благополучие»), анкеты «Отношение к деньгам», метода цветовой метафор (на основе Цветового теста отношений А.М. Эткинда), опросника «Отношение к деньгам» А. Фернама в модификации Н.М. Лебедевой и А.Н. Татарко, методики Рокича «Ценностные ориентации».

Респондентами выступили 86 человек в возрасте от 27 до 53 лет, мужчины и женщины: 46 сотрудников бюджетных организаций вошли в группу 1 (сотрудники вузов г. Хабаровска), 40 сотрудников коммерческой сферы составили группу 2 (преподаватели дополнительного образования).

Обратимся к результатам исследования.

Первоначально было установлено, что для респондентов группы 1 актуальной ценностью являются благосостояние, воспитанность и аккуратность, развитие и самосовершенствование других людей, что можно связать с профессиональной направленностью респондентов.

Далее было выявлено, что у 71 % респондентов группы 1 присутствует сбалансированное отношение к деньгам и доходу, т.е. их доходы равны расходам, это говорит об умении правильно распределять свой бюджет, разумном использовании дохода семьи, сформированной привычке тратить деньги не только для текущего потребления, а откладывать часть дохода в форме сбережений. Остальные 29 % опрошенных имеют среднесбалансированное отношение денег к доходу. Такие люди относятся к деньгам более эмоционально: сам факт обладания крупной суммой денег вызывает радость и наслаждение ими, а недостаточное их количество – переживание, волнение, беспокойство.

Для респондентов – работников бюджетной сферы деньги ассоциируются с зарплатой, благополучием, семьей, карьерой, удовлетворенностью.

Необходимо подчеркнуть, что для респондентов группы 1 значимы семейные ценности, стремление к благополучию и уверенности в себе. Ощущение экономического благополучия связано с понятием субъективного благополучия.

Негативно относятся к кредитам 95 % респондентов, соотнося их с обманом и злом и считая их финансовой ловушкой, которая лишает человека свободы.

Наиболее часто среди сотрудников бюджетной сферы встречается модель поведения «Финансовая скупость» (55,6 %), которая отражает склонность к сравнению людей по имеющимся у них деньгам и связанному с ними уровню благосостояния на фоне наличия страха финансовых потерь, нежелания тратить деньги и стремления к их сбережению «на черный день» в случае непредвиденных обстоятельств. «Финансовый прагматизм» наблюдается у 51,5 % опрошенных, он включает в себя представления о деньгах как важной части человеческой жизни, экономическом ресурсе, требующем внимательного и прагматичного к себе отношения, основанного на строгом учете и рациональном управлении. Кроме того, такой паттерн отношения к деньгам сочетается со склонностью к меркантилизму,

экономизированному типу мышления, стремлением к постоянному финансовому контролю и учету.

Результаты исследования респондентов, вошедших в группу 2, показали, что у 53 % сбалансированное отношение на высоком уровне, 47 % респондентов имеют среднесбалансированное отношение.

В представления о деньгах у респондентов – работников коммерческих организаций входят такие понятия, как кошелек, уверенность, зарплата. Для представителей группы 2 «много денег» – это, прежде всего, возможности, инвестиции, много работы, стабильность, путешествие.

Респондентам группы 2 важно, прежде всего, их самоощущение в окружающем мире. Чувство независимости, уверенность в себе, стабильность в жизни – это то, к чему они стремятся. Можно предположить наличие у них стремления к успешной жизни, умения добиваться своих целей и преодолевать трудные жизненные ситуации. Респонденты негативно относятся ко злу и обману и отрицательно оценивают их с точки зрения морали и нравственности.

Для сотрудников коммерческих организаций базовым является отношение к деньгам модели «Финансовый прагматизм» (59,9 %) или «Финансовая скупость» (50,6 %).

Таким образом, можно констатировать, что респонденты обеих групп имеют положительное отношение к деньгам, их модели финансового поведения схожи, для респондентов обеих групп деньги ассоциируются со стабильностью.

Однако необходимо отметить, что для респондентов группы 1 деньги – это в первую очередь субъективное благополучие, спокойствие, уверенность, стабильность, средство самореализации; для респондентов группы 2 деньги – это усердная работа, результат труда, постоянный контроль, средство самопродвижения (через вложения, инвестирование). Иными словами, для работников бюджетной сферы деньги или зарплата – это средство для полноценной жизни, для работников внебюджетной сферы деньги – цель.

В ходе исследования подтвердилась выдвинутая гипотеза о том, что личностное отношение к деньгам сотрудников государственных и коммерческих организаций имеет свои особенности. Выявленная специфика отношения к деньгам позволяет провести дифференциацию этих отношений на уровне ценностей, потребностей, мотивов использования денег и социальных установок.

Все респонденты, участвующие в исследовании, – люди, вошедшие в период взрослости, имеют стаж работы от 3 лет, т.е. можно утверждать о сформированности у них отношения к деньгам. Понимание содержания отношения к деньгам у работников дает возможность руководству организации строить систему мотивации.

Список источников

1. Бехтерев В.М. Коллективная рефлексология. Петроград : Колос, 1921. 432 с.
2. Азаренок Н.В. Связь отношения к деньгам с выполнением экономических ролей супругами // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. 2019. Т. 13, № 6. С. 12–15.
3. Фенько А.Б. Проблема денег в зарубежных психологических исследованиях // Психологический журнал. 2000. № 1. С. 50–62.
4. Белицкая Г.Э. Особенности отношения к деньгам: деньги как предмет личностного осмысления // Ежегодник Российского психологического общества : материалы 3-го Всерос. съезда психологов (25–28 июня 2003 г.). В 8 т. Т. 1. Санкт-Петербург, 2005. С. 379–382.
5. Дейнека О.С. Динамика отношения российских предпринимателей к деньгам // Ежегодник Российского психологического общества: материалы 3-го Всерос. съезда психологов (25–28 июня 2003 г.). В 8 т. Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003.
6. Фенько А.Б. Психологический анализ отношения москвичей к деньгам // Психологический журнал. 2004. № 2. С. 34–42.
7. Бабицкая Т.В. Отношения к деньгам в детском возрасте как аспект экономической социализации // Психология и экономика : труды 2-й Всерос. конф. по экономич. психологии. Кн. 1. Москва – Калуга, 2002. С. 153–155.
8. Кибизова Л.Ю. Деньги как средство распространения власти // Ежегодник Российского психологического общества : материалы 3-го Всерос. съезда психологов 25–28 июня 2003 г. В 8 т. Т. 4. Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. С. 18–23.
9. Суптеля А.В., Ерина С.И. Нормативный кризис в российском обществе, его причины и следствия // Социальный психолог. 2002. № 2. С. 95–98.
10. Леонтьев Д.А. Методика изучения ценностных ориентаций. Москва, 1992.
11. Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXVIII Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение», 2019. 302 с.
12. Емельянов Е.Н., Поварницына С.Е. Психология бизнеса. Москва : АРМАДА, 1998. 511 с.

Reference

1. Bechtere V.M. *Kollektivnaya refleksologiya* [Collective reflexology]. Petrograd : Kolos, 1921. 432 p (in Russ.).
2. Azarenok N.V. *Svyaz otnosheniya k dengam s vipolnieniem aconomicheskikh roley suprugami*. [Relationship between money and the economic roles of spouses]. Current challenges of the humanities and socio-economic sciences. Minsk, Vol. 13, no.6. 2019. P. 12–15. (in Russ.).
3. Fenko A.B. *Problema deneg v zarubezhnih psihologicheskikh issledovaniyah* [The problem of money in foreign psychological research] Psychological journal. 2000. No. 1. P. 50–62. (in Russ.).
4. Belitskaya G.E. *Osobennosti otnosheniya k dengam: dengi kak predmet lichnostnogo osmysleniya* [Peculiarities of the attitude to money: money as a subject of personal thoughts] Yearbook of the Russian Psychological Society: materials of the 3rd All-Russian Congress of Psychologists (25–28 June 2003): V. t. 1. SpGU. 2005. P. 379–382. (in Russ.).
5. Deyneka O.S. *Dinamika otnosheniya rossiiskih predprinimateley k dengam* [Dynamics of the attitude of Russian entrepreneurs to money] Yearbook of the Russian Psychological Society: materials of the 3rd All-Russian Congress of Psychologists (25–28 June 2003). V. t. Saint-Petersburg : Izd-vo S.-Petersburg. Un-ta, 2003. (in Russ.).
6. Fenko A.B. *Psikhologicheskii analiz otnosheniya moskvichey k dengam* [Psychological analysis of Moscow's attitude to money] Psychological Journal. 2004. No. 2. P. 34–42. (in Russ.).
7. Babitskaya T.V. *Otnosheniya k dengam v detskom vozraste kak aspekt aconomicheskoy socializacii* [Attitude to money in childhood as an aspect of economic socialization] Psychology and Economics: pp. 2nd All-Russia. conf. for Economists in Psychology. Kh. 1. Moscow Kaluga, 2002. P. 153–155. (in Russ.).
8. Kibizova L.U. *Dengi kak sredstvo rasprostraneniya valsti* [Money as a means of spreading power] Yearbook of the Russian Psychological Society: Materials of the 3rd All-Russian Congress of Psychologists (25–28 June 2003): At 8 t. Saint Petersburg : Izd-vo S.-Peterb. Junta, 2003. T. 4. P. 18–23. (in Russ.).
9. Suptelya A.V. *Normativniy krizis v rossiiskom obshestve, ego prichini i sledstviya* [Normative crisis in Russian society, its causes and consequences] Social psychologist. 2002. no. 2. P. 95–98. (in Russ.).
10. Leontiev D.A. *Metodika izucheniya cennostnih orientatsiy* [Method of study of value orientations] Moscow, 1992. P. 11. (in Russ.).
11. Sovremennaya aconomika: actualnie voprosi, dostigheniya i innovacii [Modern Economy: Topical Issues, Achievements and Innovations] Collection of Articles XXVIII of the International Scientific and Practical Conference. Penza: ICSU «Science and Enlightenment». 2019. 302 p. (in Russ.).
12. Emelyanov E.N. and Povarnicina E. *Psichologiya biznesa* [Business Psychology] Moscow : ARMADA, 1998. 511 p. (in Russ.).

Информация об авторе

А.А. Леженина – кандидат психологических наук, доцент.

Information about the author

A.A. Legenina – Candidate of Science (Psychology), Associate Professor.

Статья поступила в редакцию 01.09.2021; одобрена после рецензирования 15.09.2021; принята к публикации 01.10.2021.
The article was submitted 01.09.2021; approved after reviewing 15.09.2021; accepted for publication 01.10.2021.