УДК 159.9

О.С. Дейнека, А.А. Максименко

**Феномен денег и внутренний мир человека**

**Аннотация.** В настоящей статье обсуждается роль денег во внутренней жизни человека с учетом психологического и культурного аспектов анализа. Подчеркивается, что деньги усиливают противоречивость внутреннего мира человека. Они выступают как мотиватор, регулятор поведения и одновременно как источник фрустрации, оказывая неоднозначное влияние на межличностные отношения. Эмпирически подтверждается дихотомия восприятия денег и отношения к ним как символу добра (успех, уверенность, решение проблем) и зла (деформация личности и межличностных отношений). Приведены фрагменты результатов исследования (с участием 625 респондентов) с помощью разработанного авторами опросника «Мифы о деньгах», который прошел проверку на надежность и валидность. Исследование позволило выявить культурно специфическую картину монетарного сознания, при которой деньги, несмотря на осознание их высокой ценности, представляются опасными и отвергаются в качестве смысла жизни.

**Ключевые слова**: внутренний мир человека, психология денег, мифы о деньгах

O.S. Deyneka, A.A. Maksimenko

**The phenomenon of money and the inner world of man**

**Abstract**. This article discusses the role of money in a person’s inner life, taking into account the psychological and cultural aspects of the analysis. It is emphasized that money increases the contradictory nature of a person’s inner world. It acts as a motivator, a behavior regulator, and at the same time as a source of frustration, exerting an ambiguous influence on interpersonal relationships. The dichotomy of the perception of money and the attitude toward it as a symbol of good (success, confidence, problem solving) and evil (deformation of personality and interpersonal relationships) is empirically confirmed. Fragments of the results of the study (with the participation of 625 respondents) are presented using the questionnaire “Myths about Money” developed by the authors, which has been tested for reliability and validity. The study made it possible to identify a culturally specific picture of monetary consciousness, in which money, despite the awareness of its high value, seems dangerous and is rejected as the meaning of life.

**Keywords**: the inner world of man, psychology of money, myths about money

 Внутренний мир человека представляет собой сложную и многогранную структуру, которая включает в себя осознаваемые и неосознаваемые компоненты психического, мысли, чувства, убеждения, стремления. В научном поиске за словосочетанием «внутренний мир» скрывались разные стороны психологической реальности: разум в классической философии и, напротив, [бессознательное](http://thematic_philosophical.academic.ru/33/%D0%91%D0%95%D0%A1%D0%A1%D0%9E%D0%97%D0%9D%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%9E%D0%95) в психоанализе 3. Фрейда, а также [архетип](http://thematic_philosophical.academic.ru/24/%D0%90%D0%A0%D0%A5%D0%95%D0%A2%D0%98%D0%9F) в учении К. Юнга. Согласно В.Д. Шадрикову, внутренняя жизнь человека – это формируемая в процессе жизнедеятельности и взаимодействия с окружающей средой потребностно-эмоционально-информационная субстанция, которую можно рассматривать как человеческую душу [Шадриков, 2021; Шадриков, Мазилов, 2015].

 В обыденной психологии внутренний мир – это знания и вера, нормы и ценности личности, предполагающие рефлексию и вербализацию «движений души». Для исследователей «вершины айсберга» психики – сознания – это полнота социальных представлений, отношений, убеждений, поступков.

 Содержание внутреннего мира создает индивидуальную культуру. В ней находит отражение и та часть экономической культуры, которая является не только консервативной коммерческой ценностью, но и символом, наделенным психологической магией [Московичи, 1998] – феномен «деньги». Как особый символ они дихотомичны: в них совпадает материальное и идеальное, вещь и мысль, что обеспечивает им объективную и субъективную (представленную в сознании) безграничность распространения. Будучи эмоционально насыщенным представлением, деньги амбивалентны [Дейнека, 2013], выступают одновременно мотиватором и фрустратором, а в субъект-субъектном контексте они как объединяют людей, так и разъединяют их.

Описывая влияние денег на восприятие жизни и внутренний мир человека, Дж. Нидлман подчеркивал, что материальные ценности часто затмевают глубокие внутренние переживания и идентичность, и что адекватное отношение к деньгам связано со способностью осознавать свою истинную сущность и внутренние силы [Needleman, 1991]. В то же время, при дефиците денег человек переживает финансовую тревожность, снижается его самооценка и уверенность в себе [Furnham, 2014]. Недостаток денег влияет на психическое здоровье, усиливает страх смерти [Gasiorowska et al., 2018].

Зарубежные исследователи показали (см.: [Ranyard, 2017]), что прайминг денег повышает уверенность в своих силах и стимулирует активное поведение, направленное на достижение целей. Эксперименты продемонстрировали, что напоминание о деньгах или их символах способствует усилению независимости, автономии и склонности к решению сложных задач. Люди, подвергшиеся праймингу деньгами, становятся более ориентированными на собственные успехи, что связано с активацией ресурсов самоконтроля и самооценки. Однако, наряду с этим, существует и негативный эффект: прайминг денег может снижать эмпатию и готовность к сотрудничеству, помощи, благотворительности, так как фокусирует внимание на личных интересах и индивидуальных достижениях. Этот феномен объясняется тем, что деньги ассоциируются с независимостью и возможностью контролировать свою среду, что подталкивает человека к более конкурентному и эгоцентричному поведению. Таким образом, прайминг денег влияет на когнитивные и поведенческие процессы, усиливая уверенность в своих возможностях, но одновременно снижая ориентацию на социальные связи и взаимодействие.

 На фоне кризисов и во время крупных общественных бедствий – войн, гибели цивилизаций и политических систем – обычно активизируются иррациональные формы психического, в частности, архетипы и мифы. Архетип – это матрица в неосознаваемом, которая заставляет нас действовать тем или иным образом. Будучи психологическим феноменом архаичного происхождения, он «питает наше мифологическое мышление» [Кафтанджиев, 2016, с.20], влияя на восприятие мира и определяя наши реакции на события. Архетипы формируют базовые модели поведения, которые передаются через поколения и проявляются в коллективном бессознательном, как описал К. Юнг []. Эти модели глубоко «вшиты» в психику человека, вызывая предсказуемые эмоциональные и поведенческие реакции на определенные ситуации. Мифы, в свою очередь, поддерживают архетипические структуры, помогая обществам сохранять традиции и культуру, передавая через символы коллективные ценности и жизненные сценарии. Они предлагают простые объяснения сложных явлений, снимая тревожность и неопределенность. Если архетипы проявляются одинаково в разных культурах, то мифы обладают культурно-специфическим характером, они адаптируются к социальным, историческим и религиозным особенностям каждого общества, отражая его уникальные ценности, традиции и мировоззрение.

 В наполненные неопределенностью моменты с помощью мифов люди пытаются выразить и объяснить события, которые не поддаются их контролю. Кроме того, мифы и, как следствие, стереотипы, экономят энергию, но редуцируют процессы отражения внешнего мира, что относится и к мифам о деньгах [Дейнека, 2013], которые порождают противоречивость регуляторных возможностей денег в жизни человека.

 С. Московичи писал, что именно через загадку денег человек наиболее близко соприкасается с полнотой желания, и подчеркивал противоречивость отношения людей к деньгам, фиксируя ее, в частности, в следующей фразе: «Деньги в одно и то же время почитают и боятся, считают чудовищными и чудесными» [Московичи, 1998]. История взаимоотношений человека и денег сравнивается с маятником, раскачивающимся между двумя полюсами – вожделением и презрением [Глузман, 2007, с. 43].

Для нашего эмпирического исследования был разработан опросник «Мифы о деньгах» (МоД), в котором дихотомия отражения феномена денег «добро/зло» представлена разнообразно (как добро: решение проблем, перспективы, потенциал, успех, уверенность, власть; а как зло: опасность, амбивалентность, деформация смысла жизни личности, деформация межличностных отношений). Опросник МоД прошел проверку на надежность (), а также конструктную и конвергентную валидность, для чего в инструментарий исследования дополнительно были включены новая шкала монетарного поведения (ШМП) и методика «На что бы Вы решились ради денег?». В онлайн исследовании приняли участие 625 человек, средний возраст респондентов 30,84 года (SD = 12,95), 37,4% мужчин и 62,6% женщин. Инструментарий включал в себя опросник «Мифы о деньгах» (МоД), новую шкалу монетарного поведения (ШМП), методику «На что бы Вы решились ради денег?».

 Результаты факторного анализа данных опросника МоД показали, что миф о всемогуществе денег выражен цельно и четко (первый фактор), а миф «деньги – зло» проявился не однозначно, продемонстрировав структуру из трех факторов (деньги как не безопасная ценность, как осуждение превращения их в смысл жизни, как протест против монетизации межличностных отношений) в силу большей вариативности своей представленности в обыденном сознании.

Психологический диагноз мифологичности монетарного сознания респондентов выявил культурно специфическую картину: приписывая другим людям и странам высокую ценность денег, желая их иметь, респонденты в большинстве своем осуждают нечестно заработанные деньги и нарушение правовых норм ради них, а также межличностную коммуникацию по расчету, и не считают их смыслом жизни.

 Анализ данных экспресс-опросника этики монетарного поведения показал, что респонденты ради денег готовы из предлагаемого перечня неблаговидных поступков только на относительно нейтральные, а именно: «уехать в другую страну» и «выполнять работу, которая не нравится». Остальные действия и поступки, предполагающие уже нарушение моральных или правовых норм, допускаются немногими. Корреляционный анализ данных опросника МоД и методики «На что бы Вы решились ради денег?» подтвердил, что гипертрофированная вера в силу денег (проявление мифа о всемогуществе денег) связана с чрезмерным стремлением к материальному богатству, его восприятием как основы успеха и счастья. В поисках признания и одобрения общества обладатели мифологизированного монетарного сознания могут идти на компромиссы с собственной совестью и нормами поведения, пренебрегая этическими принципами. Гипербализация зла от денег также показала положительную корреляцию с готовностью нарушать моральные и правовые нормы. А проявление такого регулятора как «вклад/отдача», осуждение нечестно получаемых денег, напротив, показало отрицательную корреляцию с готовностью к противоправному и аморальному поведению.

 Учет социально-демографических характеристик исследования мифологичности монетарного сознания позволил сделать вывод о том, что среди представителей старшего поколения россиян, более религиозных личностей и лиц с более высоким уровнем образования оказалось больше тех, кто в меньшей степени демонстрирует мифологизированное монетарное сознание.

**Заключение**. Противоречивость внутреннего мира современного человека (в частности, внутреннюю борьбу добра со злом) усугубила коммерциализация всех сфер жизнедеятельности, деформировавшая социальную и духовную сферы в период перехода к рыночной системе хозяйствования и породившая гипербализацию роли денег в жизни россиян, особенно в сознании молодежи. На смену культуроцентризму в обществе пришел экономоцентризм. В современных условиях в нашей стране появился шанс на возрождение культурных ценностей и баланс, не противоречащий сохранению культурно-исторических корней на фоне экономического и технологического развития.

 Являясь важным экономическим инструментом для удовлетворения базовых потребностей и достижения материальных целей, будучи регулятором и мощным стимулом деятельности, деньги не должны выступать в роли высшего идеала или конечной ценности. Восприятие денег как элемента повседневной жизни позволяет выполнять их утилитарные функции – быть средством обмена и накопления, улучшать условия существования. Однако при превращении денег в идеал, символизирующий успех, власть или статус, происходит искажение личностных и общественных ценностей, что может привести к дезориентации в жизненных приоритетах. Поддержание баланса требует осознания того, что деньги являются ресурсом, а не эквивалентом человеческой значимости или удовлетворенности жизнью; средством, а не целью жизни и деятельности. Такое отношение способствует сохранению психологической стабильности, снижению стресса, связанного с материальными достижениями, и позволяет сконцентрироваться на более значимых аспектах существования – социальных связях, саморазвитии и духовных ценностях. Адекватное восприятие роли денег в жизни помогает избежать социального давления и гипертрофированных ожиданий, связанных с материальным успехом, способствуя поддержанию внутренней гармонии и личностной целостности.

**Библиографический список**

1. Глузман С.А. Деньги в мифологическом сознании человека: вчера и сегодня. СПб: СПбГУ, 2007. 192 с.
2. Дейнека О.С. Психология превентивной политики правонарушений в экономике и бизнесе. Германия: Palmarium Academic Publishing. 2013. 410 с.
3. Кафтаджиев Х. Мифологические архетипы в коммуникации. Харьков: Гуманитарный центр. 2016. 268 с.
4. Шадриков В.Д. Возвращение души: Теоретические основания иметодология психологической науки. М.: Институт психологии РАН, 2021. 210 с.
5. Шадриков В.Д., Мазилов В.А. Общая психология. М.: Юрайт. 2015. 411 с.
6. Furnham A. The new psychology of money. London: Routledge. 2014. 338 p.
7. Gasiorowska A., Zaleskiewicz T., Kesebir P. Money as an existential anxiety buffer: Exposure to money prevents mortality reminders from leading to increased death thoughts. Journal of Experimental Social Psychology. 2018. 79:394-409. –https://doi.org/10.1016/j.jesp.2018.09.004
8. Needleman J. Money and the Meaning of Life. New York: Currency Doubleday, 1991.
9. Ranyard R. Economic psychology. Wiley Online Books, 2017. 512p. DOI: 10.1002/9781118926352