

- *The data integration method.*

Conclusions. *The author considers the design of empirical research into inter-generational socio-cultural interaction, the quantitative and qualitative methods of mixed research and possibilities of data generalization by means of triangulation. The proposed research design allows exploring a complex process of inter-generational socio-cultural interaction, which has no a clear conceptual basis and standardized analysis system.*

Key words: *research design, inter-generational socio-cultural interaction, research strategy, qualitative methods, quantitative methods.*

Відомості про автора

Довгань Наталія Олександрівна, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії політико-правових відносин, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ, Україна.

Dovgan, Natalia, PhD, Senior Researcher of Laboratory of Political and Legal Relations, Institute of Social and Political Psychology of National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: 1511ndovgan@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6150-5211>

Отримано 19 жовтня 2020 р.
Рецензовано 9 листопада 2020 р.
Прийнято 12 листопада 2020 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2020.4.21.5>

УДК 061.5-057:351.822:161.163:159.9

Карамушка Людмила

Креденцер Оксана

Паршак Олександр

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЇ ГРОШЕЙ У ЗАРУБІЖНІЙ ТА ВІТЧИЗНЯНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Карамушка Людмила, Креденцер Оксана, Паршак Олександр. Основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології.

Вступ. *Психологія грошей сьогодні займає важливе місце серед напрямів економічної психології. Тому аналіз основних тенденцій розвитку психології грошей є актуальним та значущим науково-прикладним завданням.*

Мета дослідження. *На основі аналізу зарубіжної та вітчизняної літератури визначити основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології.*

Результати дослідження. *На основі аналізу наукової літератури зарубіжних та вітчизняних фахівців нами були окреслені наступні напрями досліджень у сфері психології грошей: 1) аналіз феномену «гроші» як певного образу в уявленнях людей; 2) аналіз монетарної поведінки як виду економічної поведінки; 3) розробка діагностичного інструментарію для дослідження психології грошей; 4) побудова монетарних типологій; 5) дослідження грошових патологій, зв'язку грошей з психічним здоров'ям особистості; 6) дослідження психологічних феноменів, суміжних із поняттям «гроші» (щедрість, жадібність, багатство, бідність тощо); 7) визначення чинників, що впливають на ставлення до грошей.*

Висновки. *Серед резервів розвитку вітчизняної психології грошей, на наш погляд, можна виділити наступні напрями: дослідження образу гривні в уявленнях українців, адаптація зарубіжних та розробка нових вітчизняних діагностичних методик, аналіз впливу макрочинників на ставлення до*

грошей, впливу організаційних чинників на ставлення до грошей, дослідження монетарної поведінки в контексті психічного та психологічного здоров'я українців, їх суб'єктивного благополуччя в період пандемії COVID-19.

Ключові слова: гроші, психологія грошей, економічна психологія, тенденції розвитку психології грошей, ставлення до грошей, монетарна поведінка, психологія жадібності.

Карамушка Людмила, Креденцер Оксана, Паршак Александр. Основные тенденции развития психологии денег в зарубежной и отечественной психологии.

Введение. Психология денег сегодня занимает важное место среди направлений экономической психологии. Поэтому анализ основных тенденций развития психологии денег является актуальной и значимой научно-прикладной задачей

Цель исследования. На основе анализа зарубежной и отечественной литературы определить основные тенденции развития психологии денег в зарубежной и отечественной психологии.

Результаты исследования. На основе анализа научной литературы зарубежных и отечественных специалистов нами были очерчены следующие направления исследований в области психологии денег: 1) анализ феномена «деньги» как определенного образа в представлениях людей; 2) анализ монетарного поведения как вида экономического поведения; 3) разработка диагностического инструментария для исследования психологии денег; 4) построение монетарных типологий; 5) исследование денежных патологий, связи денег с психическим здоровьем личности; 6) исследование психологических феноменов, смежных с понятием «деньги» (щедрость, жадность, богатство, бедность и т.д.); 7) определение факторов, влияющих на отношение к деньгам.

Выводы. Среди резервов развития отечественной психологии денег, на наш взгляд, можно выделить следующие направления: исследования образа гривны в представлениях украинцев, адаптация зарубежных и разработка новых отечественных диагностических методик, анализ влияния макрофакторов на отношение к деньгам, влияния организационных факторов на отношение к деньгам, исследования монетарного поведения в контексте психического и психологического здоровья украинцев, их суб'єктивного благополуччя в период пандемии COVID-19.

Ключевые слова: деньги, психология денег, экономическая психология, тенденции развития психологии денег, отношение к деньгам, монетарное поведение, психология жадности.

Вступ. Сучасне суспільство характеризується низкою відмітних ознак, які суттєво детермінують роль та значення грошей у життєдіяльності людини. Це, *по-перше*, дедалі більш матеріалізоване середовище. Тобто спостерігається стійка тенденція до постійно зростаючої сукупності фізичних об'єктів та інформаційного забезпечення, з якими економічні суб'єкти зустрічаються в процесі виконання економічних ролей. *По-друге*, це потужно сформоване «суспільство споживання», яке характеризується масовим споживанням матеріальних благ і формуванням відповідної системи цінностей і установок, яке виходить далеко за межі потреб для існування (виживання) людини. *По-третьє*, економічні відносини, що панують у сучасному суспільстві, характеризуються високою конкурентністю і, як наслідок, економічне середовище є переважно бездефіцитним.

За таких умов гроші відіграють одну з найважливіших ролей у сучасному суспільстві. Гроші для людини сьогодні виступають такою самою життєвою необхідністю, як і сонце, повітря, питна вода. Як підкреслював F. Feldman (1957), у цьому динамічному світі постійно важливою є тільки одна річ – «гроші». Отже, гроші є суттєвим і незамінним супутником людського життя, а також важливим інгредієнтом суб'єктивного благополуччя особистості. Гроші також мають здатність викликати занепокоєння, напруження і нещастя у тих, у кого їх мало, і в тих, у кого грошей багато. Вони діють як перцептивний інструмент, як символ уявлення статусу. Очевидно, що цей далеко невичерпний перелік «виняткових значень» грошей вказує на актуальність та необхідність дослідження грошей у різних площинах наукового знання.

Мета дослідження: на основі аналізу зарубіжної та вітчизняної літератури визначити основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології.

Результати дослідження. Аналіз літератури показав, що гроші мають значний психологічний зміст. Гроші суб'єктивно відображаються в свідомості людини, формуючи їх образ, ставлення до них та економічну поведінку в цілому. У зв'язку з цим, підкреслюючи важливе значення психологічної сутності феномену «гроші», в економічній психології виокремився окремий потужний напрям досліджень – *психологія грошей*. Психологія грошей як наука вивчає зміну психіки людей та їх поведінку внаслідок впливу грошей (Андреева, 2000).

Аналіз матеріалів Міжнародної конференції з економічної психології та поведінкової економіки (IAREP-SABE Conference), що щорічно проводиться Міжнародною Асоціацією досліджень з економічної психології (IAREP), як одного із провідних заходів у сфері економічної психології, за останні 20 років показав, що проблематика психології грошей є однією із провідних та такою, що активно досліджується.

На основі аналізу наукової літератури зарубіжних та вітчизняних фахівців нами були окреслені наступні напрями досліджень у сфері психології грошей.

1. Аналіз феномену «гроші» як певного образу в уявленнях людей.

Досліджуючи образ грошей в уявленнях людей, психологи використовують різні семантичні шкали і варіації асоціативних експериментів (Дейнека, 1999; Зубіашвілі, 2008, Капустін, 2001; Семенов, 2011 та ін.).

С. Московічі (1995), описуючи гроші як певний образ, зазначив, що гроші одночасно дискретні (як річ) і безперервні (як символ і думка.) Енергія образу грошей черпається з безперервності обміну (вони постійно змінюють хазяїна, але самі залишаються незмінними) і втілюється в динаміку їх обігу. Гроші є одночасно і потужним мотиватором, і фрустратором. На думку С. Московічі (1995), з усіх уявлень, створених людиною, щоб зробити свій світ відчутним і зрозумілим, гроші – найбільш сміливе і неминуще уявлення.

Метафоричне розуміння грошей часто використовується також і в роботах економістів і філософів. Відзначається дивно висока рухливість, ліквідність, мобільність грошей (Семенов, 2011). Використовуючи системну метафору організму, гроші часто порівнюють з кров'ю. Тут робиться акцент на сполучну, комунікативну і енергетичну функції грошей (Московичи, 1995). Гроші символізують потік, внутрішнє середовище, рух, активність, цілющу силу. Приплив грошей оживлює економічний організм, дає йому нові сили і можливості (Семенов, 2011).

«Під образом грошей, зазначає О.С. Дейнека (1999), розуміється комплексна, соціально детермінована система уявлень про гроші і ставлення до них і фінансової системи країни. образу, як продукту репрезентації явища в повсякденній свідомості, властиво поєднання усвідомлюваних і неусвідомлюваних компонентів, взаємозв'язок раціонального та емоційного контекстів відображення».

Загальний висновок, що спостерігається в дослідженнях, пов'язаних з образом грошей, гроші – це потужно заряджений емоціями образ.

2. Аналіз монетарної поведінки як виду економічної поведінки.

У психологічних дослідженнях можна виділити кілька персонологічних підходів до вивчення монетарної поведінки: в контексті моральних оцінок грошей (Горбачова, & Купрейченко, 2006), як поведінка, обумовлена економічною свідомістю і самосвідомістю та як феномен економічної ідентичності особистості (Хашченко, 2012), як реалізація стратегій економічної поведінки (Фернам, & Аргайл, 2005).

До цього напрямку також можна віднести правила, пов'язані з поведінкою з грошима (Семенов, 2011) і експерименти Д. Канемана і А. Тверські (2005) з економічних рішень.

А. Письменова (2009), аналізуючи характеристики монетарної поведінки, зазначає, по-перше, їх надзвичайну деталізованість і конкретизованість; по-друге, змістовну подібність цих характеристик на тлі різних трактувань і видів монетарної поведінки; по-третє, відсутність чітких критеріїв для виділення багатозначних характеристик монетарної поведінки. На її

погляд, це відображає складність досліджуваної монетарної поведінки, відмінності в її дефініціях, різноманіття її видів, та допускає можливість створення теоретико-емпіричних моделей, що систематизують характеристики монетарної поведінки.

Крім того, монетарна поведінка вивчається в контексті специфічних форм поведінки: споживчої, інвестиційної, зберігаючої та ін.

Так, наприклад, G. Valence, A. d'Astous, & L. Fortier (1988) визначили, що споживачі, які розглядають гроші як джерело занепокоєння, роблять компульсивні покупки, щоб швидко зменшити своє занепокоєння. Втеча від неспокою є основним мотиватором для споживачів, які демонструють купівельну поведінку, що викликає звикання. Споживачі, які розглядають гроші як джерело занепокоєння, постійно здійснюють покупки і витрачають гроші, щоб зменшити занепокоєння.

J. Roberts, & E. Jones (2001) встановили тісний зв'язок між ставленням до грошей і нав'язливими покупками. На основі ставлення до грошей у ході цього дослідження споживачі були розділені на три групи: 1) ті, хто розглядає гроші як інструмент для здобуття влади; 2) ті, хто проявляє підозрілість і недовіру в поведінці з грошима; 3) ті, хто вважає гроші джерелом занепокоєння і захисником від неспокою. Споживачі, які розглядають гроші як інструмент влади, без коливань використовують гроші, щоб справити враження на людей або домінувати над ними. Один зі способів демонстрації своєї соціальної влади споживачами – придбання матеріальних благ. Статусне споживання і накопичення матеріальних благ дозволяє їм відчувати себе соціально сильними (Goldberg, & Lewis, 1978).

3. Розробка діагностичного інструментарію для дослідження психології грошей.

Аналіз літератури показав, що основними діагностичними інструментами виміру монетарних атитюдів є наступні.

Шкала монетарних атитюдів (Money Attitude Scale (MAS)), розроблена Yamauchi, & Templer в 1982 році. Шкала монетарних атитюдів складається з 29 пунктів, яка реєструє відповіді по 5-бальній шкалі типу Лайкерта в діапазоні від «повністю згоден» до «категорично не згоден». Згенеровано п'ять факторів: престиж-влада, час збереження, сумніви, якість і тривога. Шкала показала задовільну надійність. Часткова перевірка валідності – кореляція з іншими характеристиками (макіавелізм, тривога, обесивність та ін.) показали, що цей опитувальник пов'язаний із засобами вимірювання інших аналогічних теоретичних конструктів. Розробники вказують, що Шкала може бути використана в клінічній практиці для дослідження багатьох проблем, наприклад, невідповідності між атитюдами одружених (Yamauchi, & Templer, 1982).

Шкала грошових переконань і поведінки (Money Beliefs, & Behavior Scale (MBBS)), запропонована A. Furnham (1984), містить 60 тверджень про переконання за 7-бальною шкалою «згоден-не згоден». Виділено шість факторів: обесія, влада/витрачання, збереження, надійність/обережність, недостатність, зусилля/можливості.

Запропонована методика згодом була модифікована до більш коротких версій та широко використовувалась у багатьох дослідженнях, наприклад, був валідизований Short Money Type Measure (SMTM) (Furnham, Wilson & Telford, 2012).

Опитувальник грошової розсудливості (здорового глузду) (Money Sanity Scale), розроблений N. Forman (1987). Цей опитувальник складається із 20 пунктів, який вимірює достаток грошей людини або ступінь, в якому її ставлення до грошей і їхнє використання є проблемним. Опитувальник має дихотомічний формат «так»/«ні», який не є ідеальним, а деякі питання показують ефекти «підлоги» і «стелі». Опитувальник базується на великій клінічній роботі, а також на аналізі в цій області. Раніше він використовувався в інших дослідженнях в цій області. Високі бали означають «безумство» або наявність неадекватних грошових переконань і поведінки.

За допомогою цього опитувальника можна визначити п'ять типів особистості: марнотратник, скряга, гравець, мисливець за знижками та магнат.

Шкала етики грошей (Money Ethical Scale (MES)) (Tang, 1992) визначає шість чинників, які показують, що гроші означають для людей. Ці чинники – добро (благо), зло, досягнення, повага (самооцінка), бюджет і свобода (влада). Т. Tang вважає, що монетарні атитюди мають афективну (добро, зло), когнітивну (як гроші співвідносяться з досягненнями, повагою, свободою) та поведінкову складові. Шкала спочатку містила 50 тверджень та була перевірена на 769 досліджуваних, потім скорочена до 30 пунктів, а згодом до 12 питань-тверджень (Tang, 1995).

Шкала отримала широке розповсюдження та була використана для дослідження багатьох чинників ставлення до грошей як самим автором, так і іншими дослідниками.

Шкала важливості грошей (Money Importance Scale (MIS)) (Mitchell, Dakin, Mickel, & Gray, 1998). Шкала дозволяє виділити сім факторів: цінність грошей, особиста участь у грошах, час, витрачений на роздуми про фінансові справи, знання фінансових справ, комфорт при прийнятті фінансових ризиків, уміння поводитися з грошима і гроші як джерело влади і статусу.

4. Побудова монетарних типологій.

Побудова різних психологічних типологій, що базуються на монетарних відносинах, призначена для опису і прогнозування людської поведінки.

М.Ю. Семенов (2011) вказує на те, що існують різні емпіричні та теоретичні монетарні типи людей. Є люди економічні, раціональні і прагматичні. Їм добре зрозумілий і привабливий світ грошей, вони прекрасно орієнтуються в грошовому світі і сприймають світ з погляду грошей. А є люди неекономічні: романтичні, соціальні, альтруїстичні, господарські, войовничі і багато інших.

Побудовою монетарної типології людей займалися Е.В.Тугарева, І.Ю. Красікова (2005). В результаті отриманих даних Е.В.Тугарева та І.Ю. Красікова виділили два базових типи ставлення до грошей. Перший тип ставлення до грошей – неемоційний, інструментальний. Для представників цього типу гроші – лише засіб забезпечення життя. Гроші дозволяють забезпечити себе і своїх близьких усім необхідним, а також реалізувати повсякденні цілі. Для них гроші не так важливі і рідше виступають в ролі джерела поваги. Меншою мірою для представників цього типу гроші виступають у ролі стимулу виконання роботи і розв'язання проблем. Другий тип ставлення до грошей – емоційно насичений, менш інструментальний, пронизаний додатковими соціальними і індивідуальними смислами. Для представників другого типу гроші – більше, ніж засіб забезпечення життя. Для таких людей гроші – це і мірило цінностей, і джерело свободи і самовираження, і джерело отримання емоцій, впливу і поваги, і стимул до роботи і розв'язання проблем. Для них гроші – це, то до чого вони прагнуть і чому надають великого значення у своєму житті.

А. Фернам та М. Аргайл (2005) подають типологію чотирьох типів, які проявляють характерні особливості відносин і поведінки у фінансовій сфері.

«Чутливі» (наївний тип) – люди приємні, чутливі, але імпульсивні, недисципліновані, егоїстичні. У фінансовій сфері їм властиво розглядати гроші як нечисті і шкідливі для відносин, і тому уникати їх.

«Думаючі» (аналітичний тип) – педантичні, наполегливі, вимогливі, але нерішучі, ригідні і розбірливі. У фінансових питаннях схильні перестраховуватися і зволікати з ухваленням рішень та їх реалізацією; цінують безпеку понад усе.

«Сприйнятливі» (імпульсивний тип) – реалістичні, незалежні, рішучі, але жорстокі, владні і різкі. У фінансових справах – рішучі й вимогливі, схильні переоцінювати себе і свої можливості.

«Інтуїтивні» (експресивний тип) – інтуїтивні, честолюбні люди, ентузіасти, але імпульсивні, недисциplinовані, егоїстичні. У фінансових питаннях схильні бути оптимістичними, їм подобається продавати і бути популярними.

5. Дослідження грошових патологій, зв'язку грошей із психічним здоров'ям особистості.

З монетарними типологіями людей тісно пов'язані дослідження, що стосуються грошових патологій, зв'язку грошей з психічним здоров'ям особистості.

А. Фенько, базуючись на аналізі робіт психологів та соціологів, наводить три основні пояснення патологій, що пов'язані з грошима. По-перше, це переживання раннього дитинства: відчуті в дитинстві бідність та злидні можуть стати стимулом для накопичення великих капіталів. По-друге, міжгрупове суперництво: уявлення багатих про бідних та заздрість і ненависть бідних до багатих породжує безліч міжгрупових конфліктів. А загроза безпеці, статусу та репутації може слугувати суттєвим джерелом психологічної тривоги та спроб контролювати її за допомогою грошей. По-третє, релігія та етика: почуття провини за своє багатство та особистісної відповідальності за долю бідних людей – це важливо для християнської релігії. Самозасудження, каяття та почуття провини можуть детермінувати поведінку людей, що супроводжується думками про те, що великі гроші, що демонструються та досить легко заробляються, свідчать про гріховність людини (Фенько, 2005).

Найбільш відомою типологією грошових патологій є типологія N. Forman (1987), яка досліджується за допомогою Опитувальника грошової розсудливості (здорового глузду) (Money Sanity Scale), про який йшла мова вище. Базуючись на результатах своїх емпіричних досліджень, N. Forman виділив низку терапій, які можуть бути застосовані для допомоги особам, що страждають на грошові неврози. Серед них – когнітивно-поведінкова терапія, послаблення стресу або систематична релаксація, тренінг асертивності та інші.

Пізніше А. Furnham (2005), використовуючи зазначену шкалу дослідив типи грошових атиюдів у працюючих англійців та визначив кореляції з такими факторами, як залученість до праці, етика праці, організаційні та гуманістичні переконання та ін.

6. Дослідження психологічних феноменів, суміжних з поняттям гроші (щедрість, жадібність, багатство, бідність тощо).

Гроші є системним явищем як в особистісній, так і в суспільній площинах. Тому дослідження, що пов'язані з грошима, досить часто є суміжними з іншими психолого-економічними категоріями.

Так, наприклад, досить інноваційне дослідження було проведено J. Leder, A. Pastukhov, & A. Schütz (2020). Дослідники дослідили такий феномен, як щедрість, та перевірили, чи змінюється щедрість залежно від грошей чи часу. Було встановлено, що орієнтація учасників на соціальну цінність, центральність моральної ідентичності та чесність-смирненість пояснюють різницю між жертвами часу та грошей, а риси особистості матимуть сильніший вплив на рішення щодо часу, ніж на грошові рішення. Виявлено, що приблизно 50% учасників були щедрішими, приділяючи час, цей ефект не залежав від альтернативних витрат часу. Це перший експеримент, який однозначно показав цей ефект. Крім того, щедрість не була пов'язана з позитивним афектом, і не виявлено було помірного ефекту якостей особистості.

Українські психологи С.Г. Яновська, С.М. Криворучко, & О.О. Самохін та ін. (2019) дослідили психологічні особливості уявлення про жадібність та жадібну людину. Дослідники довели, що жадібність асоціюється здебільшого з користюлюбством, скупістю, накопиченням, грошима і такими рисами, як егоїзм, агресивність, прагматичність. Головними причинами жадібності досліджуванні вважають сімейне виховання та бідність, яка сприяє розвитку скупості у людини, вимушеної економити у важкі часи.

Отже, сучасні дослідження жадібності пов'язані з визначенням особливостей ставлення людини до грошей. Типологія «грошових» типів особистості Х. Гольдберга і Р. Льюїс враховує

поняття жадібності як такої, що є наслідком жаги до грошей та прагненням безпеки (Яновська, Криворучко, Самохін, & Кононенко, 2019).

Seuntjens, Terri, & Zeelenberg, Marcel, & van de Ven, Niels, & Breugelmans, Seger. (2015) в своїй роботі розглядають жадібність як важливу характеристику економічної поведінки. Автори зазначають, що, з одного боку, жадібність розглядається як продуктивний чинник (джерело амбіцій, двигун економіки), а з іншого – як руйнівний (підриває соціальні відносини, спричиняє фінансові кризи тощо). Дослідники проаналізували зв'язок жадібності з такими показниками, як заздрість, матеріалізм, імпульсивність, самоконтроль та задоволеність життям. Вони показали, як диспозиційна жадібність проявляється в «економічних іграх» (Seuntjens, Zeelenberg, van de Ven, & Breugelmans, 2015).

7. Визначення чинників, що впливають на ставлення до грошей.

Дослідження ставлення до грошей є найбільш поширеним напрямом досліджень у сфері психології грошей. Він також тісно пов'язаний з іншими напрямами.

О.П. Нікітіна та Т.Б. Хомуленко (2013) вказують на те, що проблема ставлення до грошей стоїть на перетині різних наук. Для ґрунтовного теоретичного аналізу проблеми ставлення до грошей є необхідним осмислення досвіду таких наукових підходів, як психолого-педагогічний та соціолого-філософський. На думку авторів, у психолого-педагогічному підході до проблеми ставлення до грошей наголошується на значенні психологічних особливостей самої особистості, яка постає активним суб'єктом формування творчої чи руйнівної активності за допомогою них. Разом із тим, ставлення особистості до грошей формується і коригується у процесі виховання (Нікітіна, & Хомуленко, 2013).

О. Власова-Чмерук та А. Юдко (2019) зазначають, що ставлення до грошей реалізується через монетарну поведінку. Це економічно-фінансова поведінка, що включає в себе роботу виключно з грошовими ресурсами на основі установок і правил поводження з грошима, які вже сформувалися в конкретної особи. Монетарна поведінка є процесом дій, вчинків, а також реалізується в результаті процесів ухвалення рішень стосовно грошей. На монетарну поведінку впливають культурні особливості тієї місцевості, в якій виховується та проживає людина; значною мірою на формування монетарної поведінки впливають поведінкові патерни найближчого оточення людини (Власова-Чмерук, & Юдко, 2019).

Л.М. Карамушка та О.Г. Ходакевич (2017) зазначають, що ставлення до грошей – це компонент цілісної системи ставлень особистості, що відображає її індивідуальний, суб'єктивно-оціночний, вибірковий підхід до грошей як об'єкта дійсності, який являє собою інтеріоризований досвід взаємодії з грошима та взаємодії з іншими людьми з приводу грошей у специфічній соціокультурній ситуації та виявляється в ряді функціональних структур (потребах, інтересах, ціннісних орієнтаціях, соціальних уявленнях, соціальних установках, мотивах тощо).

Важливе місце серед досліджень ставлення до грошей займають роботи, які аналізують особистісні чинники, що впливають на ставлення до грошей. *Серед особистісних чинників ставлення до грошей виділяють:* мотиваційно-вольові характеристики (Burgess, 2005), локус контролю (Карамушка, & Ходакевич, 2017), темперамент, емоційна стабільність (Bailey, & Gustafson, 1991), впевненість в собі, компульсивна поведінка (Hanley, & Wilhelm, 1992; Roberts, Sepulveda, 1999; Roberts, Jones, 2001; Valence, d'Astous, & Fortier, 1988 та ін.), вік (Rubinstein, 1981; Зубіашвілі, 2009; Сімків, 2103; Roberts, Sepulveda, 1999), стать (А. В. Gresham, & G. F. Fontenot, 1989, W. Bailey, & W. Gustafson, 1991; І.К. Зубіашвілі, 2009; Сімків, 2013 та ін.).

Серед резервів розвитку вітчизняної психології грошей, на наш погляд, можна виділити наступні напрями: дослідження образу гривні в уявленнях українців, адаптація зарубіжних та розробка нових вітчизняних діагностичних методик, аналіз впливу макрочинників на ставлення до грошей, впливу організаційних чинників на ставлення до грошей, дослідження монетарної

поведінки в контексті психічного та психологічного здоров'я українців, їх суб'єктивного благополуччя в період пандемії COVID-19.

Висновки. На основі аналізу наукової літератури зарубіжних та вітчизняних фахівців нами були окреслені наступні напрями досліджень у сфері психології грошей: 1) аналіз феномену «гроші» як певного образу в уявленнях людей; 2) аналіз монетарної поведінки, як виду економічної поведінки; 3) розробка діагностичного інструментарію для дослідження психології грошей; 4) побудова монетарних типологій; 5) дослідження грошових патологій, зв'язку грошей з психічним здоров'ям особистості; 6) дослідження психологічних феноменів, суміжних з поняттям гроші (щедрість, жадібність, багатство, бідність тощо); 7) визначення чинників, що впливають на ставлення до грошей.

Перспективами подальших досліджень вбачаємо проведення емпіричних досліджень ставлення до грошей різних професійних груп та визначення організаційних чинників ставлення до грошей.

Література

1. Власова-Чмерук, О., & Юдко, А. (2019). Зв'язок задоволеності життям зі ставленням до грошей у осіб юнацького віку. *Психологія особистості*, 1 (10), 123–128.
2. Горбачева, Е.И., & Купрейченко, А.Б. (2006). Отношение личности к деньгам: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях. *Психологический журнал*, 4, 26–37.
3. Дейнека, О.С. (1999). *Экономическая психология. Социально-политические проблемы*. Санкт-Петербург: СПбГУ.
4. Зубіашвілі, І.К. (2009). *Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації старшокласників*: автореф. дис.канд. психол. наук: 19.00.05. Київ.
5. Канеман, Д., Словик, П., & Тверски А. (2005). *Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения*. Харьков: Гуманитарный Центр.
6. Капустин, А.А. (2001). *Отношение различных социальных групп к деньгам: На основе комплексного социально-психологического исследования*: автореф. дисс. ... канд. психол. наук.
7. Карамушка, Л.М., & Ходакевич, О.Г. (2017). *Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей*: монографія. Київ: КНЕУ.
8. Московичи, С. (1995). Социальные представления: исторический взгляд. *Психологический журнал*, 16, 1, 3–18.
9. Нікітіна, О.П., & Хомуленко, Т.Б. (2013). *Психологія грошей: особистісно-віковий аспект*: монографія. Харків.
10. Письменова, А.А. (2009). Критерии классификации и характеристики монетарного поведения субъектов. *Северо-Кавказский психологический вестник*, 7(4), 77–80.
11. Семенов, М.Ю. (2011). *Деньги и люди*: монографія. Киев: Изд-во «Простобук».
12. Тугарева, Е.В., Красикова, И.Ю. (2005). *Психологические типы отношения к деньгам*. Москва: Институт психологии.
13. Фенько, А.Б. (2005). *Люди и деньги: Очерки психологии потребления*. Москва: Класс.
14. Фернам, А., & Аргайл, М. (2005). *Психология денег и финансового поведения*. Под общей редакцией А. Алексеева. Санкт-Петербург.
15. Хашченко, В.А. (2012). *Психология экономического благополучия*. Москва: Институт психологии РАН.
16. *Экономическая психология* (2000). Ред. И. В. Андреева. Санкт-Петербург: Питер.
17. Яновська, С.Г., Криворучко, С.М., Самохін, О.О., Кононенко, Н.М., & Білоус, Н.С. (2019). Особливості задоволеності життям людей з різним ставленням до грошей і власної жадібності. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Психологія»*, 66, 47–53.
18. Roberts, James A., Cesar J., & Sepulveda M. (1999). Money Attitudes and Compulsive Buying: An Exploratory Investigation of the Emerging Consumer Culture in Mexico. *Journal of International Consumer Marketing*, 11, 3–74.
19. Bailey, W., & Gustafson, W. (1991). *An examination of the relationship between personality factors and attitudes to money*. In Frantz, R., Singh, H., Gerber, J. (Eds.), *Handbook of behavioral economics*. Greenwich, CT: JAI Press.
20. 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, 106.
21. Feldman, F.L. (1957). A new look at the family and its money. *Journal of Home Economics*, 49, 767–772.
22. Forman, N. (1987). *Mind over money*. Toronto: Doubleday.
23. Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: the psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5, 501–509.

24. Furnham, Adrian, Wilson, Emma & Telford, Kate. (2012). The meaning of money: The validation of a short money-type measure. *Personality and Individual Differences*, 52, 707–711.
25. Goldberg H., & Lewis R., (1978). Money madness: The psychology of saving, spending, loving, and hating money: New York: William Morrow. The reviewer, Thomas L. Ruble, teaches administrative and behavioral studies at the Indiana University School of Business, *Business Horizons*, 21, 5, 94–96.
26. Gresham, A. B., & Fontenot, G. F. (1989). *The differing attitudes of the sexes toward money: an application of the money attitude scale*. In P. J. Gordon & B. J. Kellerman (Eds.), *Advances in marketing* (pp. 380–384). Cincinnati: South-Western.
27. Hanley A., & Wilhelm M.S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem 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)
28. Leder, J., Pastukhov, A., & Schütz, A. (2020). Sharing with a stranger: people are more generous with time than money. *Comprehensive Results in Social Psychology*, DOI: [10.1080/23743603.2020.1831377](https://doi.org/10.1080/23743603.2020.1831377)
29. Mitchell, T. R., Dakin, S., Mickel, A., & Gray, S. (1998). The measurement of money importance. *Paper Presented at the Annual Meeting of the Academy of Management, San Diego*.
30. Roberts, J., & Jones, E. (2001) Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213–240. 10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x.
31. Roberts, J., & Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213–240. 10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x.
32. Rubinstein, C. (1981). Survey report on money. *Psychology Today*, 5, 24–44.
33. Seuntjens, Terri, Zeelenberg, Marcel, van de Ven, Niels, & Breugelmans, Seger. (2015). Dispositional Greed. *Journal of personality and social psychology*, 108, 10, 10.37/pspp0000031.
34. Simkiv, M. (2013). Money attitude of Ukrainian young people: socio-demographic aspect. *The Journal of Education, Culture, and Society*, 2, 36–45.
35. Tang, T. L. P. (1992). *The meaning of money revisited*. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 197–202.
36. Tang, T. L.-P. (1995). The development of a short Money Ethic Scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited, *Personality and Individual Differences*, 6, 809–816. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(95\)00133-6](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(95)00133-6).
37. Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11, 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
38. Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11, 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
39. Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment*, 46, 522–528.

References

1. Vlasova-Chmeruk, O., & Yudko, A. (2019). Zviazok zadovolnosti zhyttiam zi stavlenniam do hroshei u osib yunatskoho viku [The relationship between adolescents' life satisfaction and money attitudes]. *Psykhohiia osobystosti*, 1 (10), 123–128 [in Ukrainian].
2. Gorbacheva, E.I., & Kuprejchenko, A.B. (2006). Otnoshenie lichnosti k den'gam: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях [Individual's attitude towards money: moral contradictions in assessments and associations]. *Psichologicheskij zhurnal*, 4, 26–37 [in Russian].
3. Dejneka, O.S. (1999). *Ekonomicheskaja psihologija. Socialno-politicheskie problemy [Economic psychology. Socio-political problems]*. Sankt-Peterburg: SPbGU [in Russian].
4. Zubiashvili, I.K. (2009). *Stavlennia do hroshei yak faktor ekonomichnoi sotsializatsii starshoklasnykiv [High school students' attitudes towards money as their economic socialization factor]*. Kyiv [in Ukrainian].
5. Kaneman, D., Slovik, P., & Tverski A. (2005). *Prinjatje reshenij v neopredelennosti: Pravila i predubezhdenija [Decision-making in uncertainty: rules and prejudices]*. Harkov: Gumanitarnyj Centr [in Russian].
6. Kapustin, A.A. (2001). *Otnoshenie razlichnyh social'nyh grupp k dengam: Na osnove kompleksnogo socialno-psihologicheskogo issledovanija [The attitudes of different social groups towards money: based on a comprehensive socio-psychological study]*. [in Russian].
7. Karamushka, L.M., & Khodakevych, O.H. (2017). *Psykhologichni osoblyvosti stavlennia studentskoi molodi do hroshei [Psychological features of students' attitudes towards money]*. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
8. Moskovichi, S. (1995). Socialnye predstavlenija: istoricheskij vzgljad [Social perceptions: a historical view]. *Psichologicheskij zhurnal*, 16, 1, 3–18 [in Russian].
9. Nikitina, O.P., & Khomulenko, T.B. (2013). *Psykhohiia hroshei: osobystisno-vikovy aspekt [Psychology of money: personality and age aspects]*. Kharkiv [in Ukrainian].
10. Pis'menova, A.A. (2009). Kriterii klassifikacii i charakteristiki monetarnogo povedenija subjektov [Criteria for monetary behavior classification and characteristics]. *Severo-Kavkazskij psihologicheskij vestnik*, 7(4), 77–80 [in Russian].
11. Semenov, M.Ju. (2011). *Dengi i ljudi [Money and people]*. Kiev: Izd-vo «Prostobuk» [in Russian].

12. Tugareva, E.V., Krasikova, I.Ju. (2005). *Psihologicheskie tipy otnošenija k dengam [Psychological types of attitude towards money]*. Moskva: Institut psihologii [in Russian].
13. Fenko, A.B. (2005). *Ljudi i dengi: Oчерki psihologii potreblenija [People and money: essays on the psychology of consumption]*. Moskva: Klass [in Russian].
14. Fernam, A., & Argajl, M. (2005). *Psihologija deneg i finansovogo povedenija [Psychology of money and financial behavior]*. Pod obshhej redakciej A. Alekseeva. Sankt-Peterburg [in Russian].
15. Hashhenko, V.A. (2012). *Psihologija jekonomicheskogo blagopoluchija [Psychology of economic well-being]*. Moskva: Institut psihologii RAN [in Russian].
16. *Jekonomicheskaja psihologija [Economic psychology]* (2000). Red. I. V. Andreeva. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].
17. Ianovska, S.H., Kryvoruchko, S.M., Samokhin, O.O., Kononenko, N.M., & Bilous, N.S. (2019). Osoblyvosti zadovolnosti zhyttiam liudei z riznym stavlenniam do hroshei i vlasnoi zhadibnosti [Life satisfaction of people with different attitudes towards money and towards their own greed]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Serija «Psykhologhiia»*, 66, 47–53 [in Ukrainian].
18. Roberts, James A., Cesar J., & Sepulveda M. (1999). Money Attitudes and Compulsive Buying: An Exploratory Investigation of the Emerging Consumer Culture in Mexico. *Journal of International Consumer Marketing*, 11, 3–74.
19. Bailey, W., & Gustafson, W. (1991). *An examination of the relationship between personality factors and attitudes to money*. In Frantz, R., Singh, H., Gerber, J. (Eds.), *Handbook of behavioral economics*. Greenwich, CT: JAI Press.
20. 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, 106.
21. Feldman, F.L. (1957). A new look at the family and its money. *Journal of Home Economics*, 49, 767–772.
22. Forman, N. (1987). *Mind over money*. Toronto: Doubleday.
23. Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: the psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5, 501–509.
24. Furnham, Adrian, Wilson, Emma & Telford, Kate. (2012). The meaning of money: The validation of a short money-type measure. *Personality and Individual Differences*, 52, 707–711.
25. Goldberg H., & Lewis R., (1978). Money madness: The psychology of saving, spending, loving, and hating money: New York: William Morrow. The reviewer, Thomas L. Ruble, teaches administrative and behavioral studies at the Indiana University School of Business, *Business Horizons*, 21, 5, 94–96.
26. Gresham, A. B., & Fontenot, G. F. (1989). *The differing attitudes of the sexes toward money: an application of the money attitude scale*. In P. J. Gordon & B. J. Kellerman (Eds.), *Advances in marketing* (pp. 380–384). Cincinnati: South-Western.
27. Hanley A., & Wilhelm M.S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem 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)
28. Leder, J., Pastukhov, A., & Schütz, A. (2020) Sharing with a stranger: people are more generous with time than money. *Comprehensive Results in Social Psychology*, DOI: 10.1080/23743603.2020.1831377
29. Mitchell, T. R., Dakin, S., Mickel, A., & Gray, S. (1998). The measurement of money importance. *Paper Presented at the Annual Meeting of the Academy of Management, San Diego*.
30. Roberts, J., & Jones, E. (2001) Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213–240. 10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x.
31. Roberts, J., & Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213–240. 10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x.
32. Rubinstein, C. (1981). Survey report on money. *Psychology Today*, 5, 24–44.
33. Seuntjens, Terri, Zeelenberg, Marcel, van de Ven, Niels, & Breugelmans, Seger. (2015). Dispositional Greed. *Journal of personality and social psychology*. 108, 10, 10.37/pspp0000031.
34. Simkiv, M. (2013). Money attitude of Ukrainian young people: socio-demographic aspect. *The Journal of Education, Culture, and Society*, 2, 36–45.
35. Tang, T. L. P. (1992). *The meaning of money revisited*. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 197–202.
36. Tang, T. L.-P. (1995). The development of a short Money Ethic Scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited, *Personality and Individual Differences*, 6, 809–816. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(95\)00133-6](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(95)00133-6).
37. Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11, 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
38. Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11, 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
39. Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment*, 46, 522–528.

Karamushka, Liudmyla, Kredentser, Oksana, Parshak, Alexander. The main trends in the development of psychology of money in foreign and Ukrainian psychology.

Introduction. Psychology of money is an important area of economic psychology. Therefore, the analysis of the main trends in the development of psychology of money is an urgent and significant scientific and applied problem.

Aim. Based on the analysis of relevant foreign and Ukrainian literature, to determine the main trends in the development of psychology of money in foreign and Ukrainian psychology.

Results. Having analyzed the relevant foreign and Ukrainian scientific literature, the authors have outlined the following areas of research in the field of psychology of money: 1) analysis of the phenomenon of money as a certain idea, 2) analysis of monetary behavior as a type of economic behavior, 3) development of assessment tools to study the psychology of money, 4) building monetary typologies, 5) analysis of monetary pathologies and the relationship between money and mental health, 6) study of psychological phenomena related to the concept of money (generosity, greed, wealth, poverty, etc.), 7) finding out the factors behind attitudes towards money.

Conclusions. The Ukrainian psychology of money, in the authors' opinion, can focus on studying hryvnia as perceived by Ukrainians, adapting foreign and developing new Ukrainian assessment tools, analyzing macro factors behind attitudes towards money, on the effects of organizational factors on attitudes towards money, as well as on Ukrainians' monetary behavior in the context of their mental and psychological health and their subjective well-being during the COVID-19 pandemic.

Key words: money, psychology of money, economic psychology, trends in the development of psychology of money, attitude towards money, monetary behavior, psychology of greed.

Відомості про авторів

Карамушка Людмила Миколаївна, академік НАПН України, доктор психологічних наук, професор, завідувачка лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Karamushka, Liudmyla Mykolayivna, Academician of the NAES of Ukraine, Dr., Prof., Head, laboratory of organizational and social psychology, G. S. Kostyuk Institute of psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0622-3419>

E-mail: LKARAMA01@gmail.com

Креденцер Оксана Валеріївна, доктор психологічних наук, доцент, провідний науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Kredentser, Oksana Valeriivna, Dr., Assoc. Prof., leading researcher, Laboratory of organizational and social psychology, G. S. Kostyuk Institute of psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4119-190X>

E-mail: okred278@gmail.com

Паршак Олександр Іванович, науковий кореспондент лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Parshak, Oleksandr Ivanovych, researcher, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: alexparshak@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2835-9408>

Отримано 14 вересня 2020 р.

Рецензовано 12 жовтня 2020 р.

Прийнято 19 жовтня 2020 р.