

Структурно–функціональна модель ставлення особистості до грошей

У статті розглядаються соціально-психологічні детермінанти економічної соціалізації особистості.

Ключові слова: економічна соціалізація, економічна поведінка, монетарні уявлення, монетарні цінності.

В статье рассматриваются социально-психологические детерминанты экономической социализации личности.

Ключевые слова: экономическая социализация, экономическое поведение, монетарные представления, монетарные ценности.

Структура будь-якого соціального явища може аналізуватися в багатьох аспектах залежно від загальної концепції, відповідно до якої вона розглядається. Ставлення до грошей розглядається нами в межах єдиного процесу економічної соціалізації особистості як його детермінанта, як чинник формування економіко-психологічних характеристик особистості через засвоєння нею економічних цінностей суспільства в результаті здійснення економічної життєдіяльності.

Спираючись на традиції соціальної психології, обґрунтуємо наступну модель для вивчення місця і ролі ставлення особистості до грошей у процесах детермінації економічної соціалізації, зокрема, такого її ефекту, як психолого-економічна адаптивність (рис. 1.).

Як вже зазначалось, у структурі ставлень до грошей найчастіше виділяють такі компоненти, як когнітивний, афективний та конативний.

Аналіз ставлення до грошей у такому ракурсі передбачає можливість визначити його специфіку в залежності, по-перше, від особливостей системи цінностей інституційованого соціального середовища, по-друге, від особливостей потребової системи індивідів, акцентувавши увагу на ньому як на соціально-психологічному чинникові економічної соціалізації особистості, який зумовлює відповідні соціалізаційні ефекти, зокрема, психолого-економічну адаптивність.



Рис. 1.

Оскільки в каузальному зв'язку між ставленням особистості до грошей та психолого-економічною адаптивністю велику роль відіграють складові ставлення, то розглянемо їх психологічний зміст і функції докладніше.

Афективний компонент об'єднує ті феномени економічної свідомості, які пов'язані з емоційним ставленням до грошової системи суспільства і проявляється через оціночні судження й грошові емоції. Емоційно-оціночна складова ставлення до грошей особистості виражає особливості сприйняття й оцінку нею економічної дійсності, ступень залученості в економічне життя.

Під грошовими емоціями розуміються відчуття, настрої людей, що виникають несвідомо залежно від успіхів або невдач в грошових справах, надходження і відтоку грошей, грошових надій і побоювань. Грошові емоції певною мірою контролюються свідомістю. Для грошових емоцій характерна їх залежність не тільки від особистих і сімейних грошових станів та змін, але й від грошового благополуччя.

Люди завжди ставились до грошей, і навіть до розмов про гроші, дуже емоційно та пристрасно. Гроші здатні пробувати в людях любов і ненависть, добро і зло. Джерелом 99% конфліктів, від міжособистісних до міжнаціональних, є теж гроші. Гроші мають владу над людьми, які схильні абсолютизувати їх, вважати мірилом свого «Я».

На думку О.С. Дейнеки, економічну поведінку забарвлюють такі емоції [2]:

– Акізитивні емоції – це емоції, що забарвлюють процес придбання, колекціонування та ін. Вони тісно пов'язані зі сферами споживання і накопичення. Насичення потреб накопичення дає людині відчуття матеріальної свободи та безпеки від бідності. Проявом надмірного виразу акізитивних емоцій є зайве прагнення робити запаси, що згодом виявляються невикористаними.

Сферу діяльності забарвлюють наступні емоції.

– Практичні емоції виникають, коли є бажання досягти успіху в роботі, коли людина відчуває втому разом із почуттям задоволення.

– Гностичні емоції пов'язані з бажанням сягнути в суть явища, прагнення перебороти суперечності, розкласти усе по полицках.

– Глоричні емоції пов'язані з бажанням самоствердження, визнання і пошани. Вони підштовхують людину до самовдосконалення, до саморозвитку. Крайня виразність глоричних емоцій виявляється у вигляді жадання слави, винагород, що пов'язане з порушенням моральних заборон.

– Пугничні емоції базуються на потребі в боротьбі, бажанні перебороти небезпеку, відчути азарт, ризик. Їх супроводжує почуття емоційної та вольової напруги, мобілізації фізичних та розумових здібностей.

– Альтруїстичні (пов'язані з обміном та розподілом) – це безкорисливе бажання приносити іншим радість і щастя, почуття занепокоєння і турботи про будь-кого, співпереживання, відданість.

– Гедоністичні емоції виражають потребу в тілесному та душевному комфорті. Бажання відчувати гедоністичні емоції залежить від бажання працювати та набувати. Але, якщо гедонізм стає сенсом життя, настає пересичення й втома.

– Комунікативні емоції – бажання спілкуватися, ділитися своїми думками та переживаннями.

– Романтичні емоції – це очікування дива, прагнення до невідомого та таємничого. Вони стимулюють створення нового, відкриття невідомого.

Можна виділити існування таких емоційних станів, що пов'язані з грошима, як грошове щастя – почуття задоволеності, насолоди, що спричиняється грошовою забезпеченістю, наявністю коштів, достатніх для задоволення життєвих потреб, відсутністю грошових турбот.

Грошова радість – це емоційне почуття, випробовуване у зв'язку із фактом одержання, надходження грошей, актом їхнього вручення людині, групі людей, колективу. Почуття радості, зумовлене надходженням грошей, виявляється по-різному у людей з різним психологічним складом, але властиво, напевно, усім людям, починаючи з віку, в якому виникає розуміння суті грошей як носія цінності.

Емоційним компонентом ставлень до грошей є також почуття грошового страху. Проявом почуття страху є невпевненість у грошовому майбутньому, побоювання недостатності або відсутності грошових надходжень, що приводить людей у пригноблений емоційний стан. Грошові емоції у формі страху мають мінливий характер, вони можуть збуджуватись чутками, передчуттями і зникають із зникненням джерел їх виникнення. Грошовий страх має негативний психологічний вплив на учасників грошових відносин, але одночасно здатний запобігати грошовій катастрофі.

До більш локальних, короточасних емоцій, що виникають у зв'язку з непередбаченою грошовою витратою або упущеною грошовою можливістю, вигодою належать грошові засмучення.

Особливим емоційним станом людини, який характеризує ставлення її до грошей, є грошові ризики. Найчастіше люди йдуть на грошовий ризик усвідомлено, помірний ризик невідворотний у грошових операціях, проте існує загроза перетворення первісного усвідомленого ризику в емоційний грошовий азарт, коли поведінкою людей керує вже не розум, а почуття у вигляді неприборканого бажання виграти гроші. Таке почуття, прогресуючи, здатне переродитися у важке психічне захворювання [10].

Представники психоаналізу виокремлюють почуття провини, пов'язане з грошима, яке може породити у людини

депресію, недовіру. Це почуття психоаналітики пов'язують з пуританськими цінностями аскетизму та ангедонії (нездатності відчувати радість).

Когнітивний компонент ставлення до грошей являє собою інформацію, яка міститься в індивідуальній або груповій чи суспільній свідомості і потрібна людині для побудови картини економічного світу або її збереження, визначає придбання закінченості, цілісності і несуперечливості внутрішньої картини економічної дійсності, усвідомлення місця власного «Я» у системі монетарних відносин. Отже, когнітивний компонент є репрезентацією у свідомості суб'єкта економічної дійсності на основі активізації всіх процесів пізнання. Інформованість особистості відносно економічної реальності знаходиться в прямій залежності від складності того чи іншого економічного феномену та відображення його у відповідних економічних категоріях.

Когнітивний компонент ставлення до грошей визначається загальними економічними знаннями, уявленнями про систему монетарних цінностей суспільства, інформацією, яку індивід одержує з різних джерел. С. Московічі [4] розглядає уявлення як універсальний психологічний феномен, форму буденного пізнання, які дозволяють суб'єкту фіксувати свою позицію по відношенню до самого себе і зовнішніх явищ. Уявлення про гроші, їх функції дають людині можливість раціонального обґрунтування своїх дій.

Монетарні уявлення є феноменом економічної свідомості індивіда. Індивід пізнає світ економіки, організує його в поняттях, категоріях, образах; інтеріоризує прийняті в суспільстві способи організації цих категорій, образів, уявлень про цілі діяльності – економічні цінності.

Трансформація економіки, динамічність економічної життєдіяльності створюють умови, за яких особистість повинна щоденно обирати, приймати рішення на основі засобів, пов'язаних з грошима. Щоденне прийняття економічних рішень відбувається на основі знань та уявлень про систему економічних цінностей суспільства.

Світ людини складається з ціннісних образів, цінністю є все те, що має для людини певну значимість, особистісний або суспільний зміст. Цінність повинна мати загальний характер для кожного конкретного індивіда і для даної культури. Цим

характеризуються гроші як монетарна цінність [7]. Монетарними цінностями дослідники вважають також цінні папери (акції, державні облигації, іпотечні та інвестиційні сертифікати), дорогоцінне каміння та метали.

Уявлення про гроші є інструментом соціального пізнання, за допомогою якого здійснюється процес соціальної адаптації людини до нових економічних умов життєдіяльності.

Їх адаптаційна функція полягає в тому, що вони немов би «вписують» нові поняття, нові інтерпретації різних економічних явищ у картину світу людини. Світ економіки пристосовує людину до себе, а людина, у свою чергу, адаптується, змінює світ економіки.

Уявлення про гроші формуються за допомогою механізмів об'єктивації і закріплення, проходячи шлях від набору інформації до цілісної конструкції. Як стверджує С. Московічі, уявлення, визначене в загальному плані, – це процес конструювання й оцінки реальності, виходячи з інформації, отриманої ззовні. Воно також – продукт цього конструювання, тобто сукупність наявних образів цього об'єкта [5].

Можна виділити два боки цього процесу – індивідуальну когнітивну активність суб'єкта з придбання й оцінки економічної інформації і подальше конструювання економічної реальності на її основі. Спочатку в людини виникає приблизний нарис явища, що трансформується згодом у фігуративну схему. Фігуративна схема містить у собі поняття, риси об'єктивного явища і найпростішу структуру їхніх взаємозв'язків, вона легко виявляється візуально і є опорою для сприйняття нового. На цьому закінчується перший етап формування економічного уявлення.

На другому етапі відбувається «відрив» економічного уявлення від реального економічного явища і придбання цим феноменом властивостей об'єктивності. Суть об'єктивації полягає в тому, що уявлення стає системою інтерпретації себе й інших, системою класифікації і типології особистостей і подій [4; 5].

На третьому етапі відбувається вироблення сітки значень, системи символів, що можуть ставати сукупністю поглядів особистості і групи. Згодом, у результаті частого вживання тих самих мовних конструкцій утворюються кліше. Фіксуєчись в мовних зворотах, поведінкових установках, способах інтерак-

ції, образ проникає в соціальне оточення і починає трактуватися як реальність.

Для опису процесу закріплення соціального уявлення С. Московічі вводить поняття «ідентифікаційної матриці», призначенням якої є ідентифікація соціально значимої інформації і виконання функції упорядкування соціальних і несоціальних явищ.

Одним із факторів формування монетарних уявлень є побутова психологія людей, вплив масової психології на перекручування, трансформацію інформації, що надходить до людини.

С. Московічі стверджує, що більшість людей віддає перевагу розхожим ідеям, а не науковим. Люди схильні робити оманні зіставлення, які не скореговані об'єктивними даними, феномен грошей виявляється оточеним своєю міфологією. По суті своїй найбільш стійкі з міфів зводяться до міфу про всемогутність грошей.

Ще один чинник, який впливає на функціонування монетарних уявлень, пов'язаний з науково-технічною революцією і розвитком засобів масової комунікації. Наука, що проникає зараз в усі «пори» суспільства завдяки масовій комунікації, впливає на монетарні уявлення. Але, якщо наукові поняття побудовані відповідно до вимог формальної логіки, то соціальні уявлення можна назвати «метисами» – цілісними утвореннями, незважаючи на враження «когнітивної і соціальної клаптевої ковдри» [4, с. 8]. Наприклад, в уявленнях про гроші можуть переплітатися економічні знання про те, що гроші є загальним еквівалентом, мірою вартості, і уявлення про гроші як талісмани й амулети. Тут відбувається двоспрямований процес, в якому наукові поняття перетворюються в уявлення здорового глузду, і навпаки, багато життєвих понять стають науковими категоріями. Так, звичайні поняття «ведмідь» і «бик» стали основою теорії й практики біржових торгів.

Повсякденне знання, те, що англійці називають *folk-science* (популярна наука) – це і є у визначеному змісті соціальні уявлення, що складають нашу здатність сприймати, оцінювати, робити висновки, додавати зміст речам. Кожний із людей є носієм знань з популярної економіки. Завдяки цим знанням вони в багатьох випадках можуть обходитись без фахівця.

Монетарні уявлення являють собою той контекст, у якому розгортається процес економічної соціалізації індивіда. Становлення індивіда як автономного учасника процесу конструювання економічних уявлень є вирішальним в соціалізації індивіда, у тому числі й економічної. Монетарні уявлення зумовлюють економічний досвід індивіда. Сутність цього зумовлювання, відповідно до концепції С. Московічі, полягає в здатності соціальних уявлень включати об'єкти світу економіки в систему існуючих соціальних конвенцій, що змушує індивіда інтерпретувати речі і події певним чином.

Формування монетарних уявлень – це об'єктивний закон соціального життя, його психологічна необхідність. Завдяки таким своїм якостям, як достатня стійкість і одночасно оперативність, монетарні уявлення дають можливість швидко переорієнтуватися в дійсності, що змінюється, особливо в умовах недостатньо повної і неоднозначної інформації щодо сприйманого економічного об'єкта.

З позицій концепції Московічі, монетарні уявлення становлять зміст масової економічної свідомості як особливий універсум, у якому в зміненому вигляді, максимально спрощеному, щоб забезпечити автоматизм у розпізнанні нової незнайомої економічної інформації, репрезентована економічна дійсність.

Монетарні уявлення створюють такий універсум, що дає можливість індивідові орієнтуватися в економічному світі; сприяє встановленню і підтримці комунікації між членами суспільства шляхом забезпечення кодом найменування й класифікації різних аспектів економічного світу.

Конативний компонент ставлення до грошей у свідомості суб'єкта пов'язаний з регуляцією уявлень у вигляді грошових мотивів, норм, намірів та готовності до вчинків.

Грошові мотиви являють собою особливу категорію мотивів. Мотиви, які стосуються до накопичення грошей, конкуренції, егоїзму та альтруїзму, схильності до ризику, мають економічну спрямованість. Вони повинні допомогти пояснити монетарну поведінку особистості [3].

Поняття мотиву тісно пов'язане з поняттям потреби. Потреби виявляються в мотивах поведінки (потягах, бажаннях, інтересах), що спонукають людину до діяльності. Потреба в грошах – об'єктивна необхідність суб'єкта в грошах,

вона виражається в бажанні грошей, у прагненні їх одержати. З огляду на обмінну універсальність грошей у процесі взаємодії людей, можна стверджувати, що людина як соціальна істота відчуває потребу в грошах, що зумовлено об'єктивними умовами існування в сучасному соціальному середовищі. Потреба в грошах не є вродженою. Соціальні потреби людини (до них можна віднести і потребу в грошах) відбивають його зв'язки із соціальними спільнотами різних рівнів, а також умови існування і розвитку соціальних систем [1]. Монетарна потреба розглядається дослідниками як генералізована потреба, в якій акумульовано енергетичний потенціал інших потреб. Такий підхід дозволяє пояснити феномен фетишизації грошей.

Мотиви можна характеризувати як усвідомлені і несвідомі, провідні і другорядні. Виділяють ї ієрархію мотивів. У вітчизняній психології як механізм виникнення мотиву розглядається «опредметнення потреби». Розвиток мотиваційної сфери особистості відбувається в результаті перетворюючої діяльності, одним із таких механізмів є зсув мотиву до мети [6]. У цьому розумінні грошовий мотив може бути як опредметненою грошовою потребою, так і опредметненою іншою потребою.

В економічній психології під грошовою мотивацією розуміється вплив грошових стимулів на дії, поведінку учасників соціально-економічних процесів і на виникаючі між ними відносини. Грошова мотивація, з одного боку, виявляється у спонукальних мотивах одержання і використання коштів для задоволення власних потреб; з іншого боку, гроші потрібні як інструмент впливу на людей, для їх спонукування, стимулювання до здійснення певних дій, до бажаної поведінки. У першому випадку грошова мотивація є спонукою у вигляді бажання отримання, придбання грошей, збільшення грошового капіталу, у другому – спонукою застосувати гроші для досягнення бажаного результату, у тому числі і грошового (витрата грошей заради одержання грошей).

До провідних мотивів, що спонукають людину здобувати, шукати, заробляти, одержувати гроші для задоволення своїх потреб, належать: необхідність грошей як засобу придбання благ, товарів, послуг, що забезпечують задоволення життєвих потреб, що являють умови існування людей; потреба в грошах

для здійснення обов'язкових платежів, виконання грошових зобов'язань, оплати особливих послуг; прагнення підвищити рівень і якість життя за допомогою поліпшення структури і збільшення обсягу споживання, росту витрат на особисті та сімейні потреби; виникнення бажання придбати особливий товар, предмет мрії, джерело задоволення; прагнення до заощадження і накопичення грошей як резерв, гарантії стійкості, засобу збільшення особистого грошового багатства; грошова пристрасть, поклик до грошей як самоціль; бажання використовувати гроші для надання допомоги рідним і близьким людям як об'єкт добродійності, у суспільних інтересах; досягнення переваги над іншими людьми за рівнем грошових доходів і накопичень; прагнення до грошей як до інструменту влади.

Говорячи про мотивацію поведінки і дій людей до одержання, придбання, поповнення грошей, необхідно розрізнити:

1) реальну, щирі мотивацію, що відповідає справжнім внутрішнім бажанням людей, що випливає з їхніх цілей, пов'язану з особистими, сімейними, груповими, суспільними інтересами;

2) показну, декларовану мотивацію, проголошувану, спрямовану на те, щоб створити враження, що людина, родина, інші суб'єкти керуються шляхетними, законними, підтримуваними державою, суспільною думкою спонукальними мотивами своєї поведінки і дій;

3) приховану, не проголошувану мотивацію, носії якої бажать приховати дійсні мотиви поведінки, особливо ті, що здатні створити негативну реакцію, негативне сприйняття з боку оточуючих людей, органів влади, суспільства.

Другий бік грошової мотивації полягає у використанні, застосуванні коштів одними людьми для стимулювання інтересу інших людей до здійснення продуктивної діяльності, одержання якісних результатів, дотримання норм поведінки. Гроші, що використовуються як збудники, в економіці іменуються стимулами. Мотивація, заснована на грошовому (матеріальному) стимулюванні, є основою економічних методів керування, регулювання, що спираються на актуалізацію інтересу за допомогою грошових винагород, заохочень [9].

Механізм використання монетарних норм в регуляції монетарної поведінки в залежності від їх змісту та особистісного

до них ставлення може мати як стимулюючий, так і гальмуючий вплив. Одна із особливостей монетарних норм полягає в тому, що вони, як правило, закріплюються юридично, набуваючи статусу правових [8].

Дії стосовно грошей, вчинки, діяльність розглядаються як прояв монетарної поведінки, а поведінка, на думку В.А. Ядова, – це форма діяльності, її зовнішній бік [3]. Гроші для користувача є засобом реалізації моделей монетарної (споживчої і відкладеної) поведінки, що детермінуються об'єктивними функціями грошей і забезпечують можливість задоволення різноманітних потреб. Аналіз монетарної поведінки служить засобом вивчення таких масових феноменів, як інфляційні очікування населення, плани щодо майбутніх запозичень, що повинні враховуватися при формуванні економічної політики держави, особливо в сучасних умовах нестабільності.

Завдяки своїй загальній цінності гроші виступають безумовним стимулом і спонукальним мотивом багатьох видів діяльності, у тому числі й антигуманних; роблять привабливою будь-яку роботу, навіть спрямовану проти людини; перетворюють у предмет купівлі-продажу те, що таким бути не повинно. Будучи спокусою, гроші виступають випробування моральності.

Визначені компоненти ставлення до грошей – когнітивний, афективний, конативний – існують у системній єдності і взаємозалежності. Якщо розглядати їх з цієї точки зору, то можна виділити особливості їх взаємозв'язку, які характеризуються ієрархічністю і домінуванням одного з них. Можна припустити, що на тому чи іншому віковому етапі економічної соціалізації домінуючим стає певний їх компонент. Імовірно, що на етапі переходу до дорослості домінує конативний компонент, що визначається прагненням юнака бути включеним до економічної сфери суспільства як суб'єкт економічної діяльності. Монетарні уявлення формуються разом із економічним досвідом особистості, в ході розширення соціально-економічних зв'язків.

Конфігурація компонентів ставлення до грошей детермінується зовнішніми факторами (екзосистемою) і внутрішніми (ендосистемою), які характеризуються потребами та можливостями індивіда. Базуючись на системному підході дослідження, ми розглядаємо ставлення особистості до грошей як взаємодію і взаємозв'язок визначених нами компонентів,

особливості якого характеризуються домінуванням одного з них.

Взаємодія компонентів ставлення до грошей характеризується, по-перше, тим, що вони розподіляються за ступенем їх значимості для життєдіяльності індивіда у певну ієрархічну структуру, поділяючись на компоненти більш або менш значимі. По-друге, відносини між компонентами можуть бути як гармонійними, так і дисгармонійними. Це співвідношення складається в ході життєдіяльності особистості та існує як система приписів, що детермінують монетарну поведінку особистості. Характер взаємодії, взаємовпливу, єдності компонентів ставлення до грошей визначає їх особливості та динаміку в процесі соціалізації. Узгодженість цих компонентів зумовлює ефективність процесу економічної соціалізації особистості.

Список використаних джерел

1. Дейнека О. С. Символизация денег: опыт эмпирического исследования / О. С. Дейнека // Проблемы экономической психологии. Том 1. / отв.ред. А. Л. Журавлёв, А. Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. – С. 207-240.
2. Дейнека О. С. Экономическая психология: социально-политические проблемы / О. С. Дейнека. – СПб: Питер, 1999. – 240 с.
3. Дейнека О. С. Экономическая психология: [уч. пос.] / О. С. Дейнека. – СПб.: Питер.: Изд. С.Петербург. ун-та, 2000. – 160 с.
4. Донцов А. И. Концепция социальных представлений в современной французской психологии / А. И. Донцов, Т. П. Емельянова. – М., 1987. – 128 с.
5. Емельянова Т. П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества / Т. П. Емельянова. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. – 400 с.
6. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб: Питер, 2000. – 512 с.
7. Мазараки А.А. – Философия денег: монография / А. А. Мазараки, В. В. Ильин. – К.: Киев. нац. торг.-эконом. ун-т, 2004. – 719 с.
8. Ортега-и-Гасет Х. Бунт мас. Вибрані твори / Х. Ортега-и-Гасет. – К.: Основи, 1994. – 419 с.

9. Семенов М. Ю. Особенности отношения к деньгам людей с разным уровнем личностной зрелости : дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Михаил Юрьевич Семенов. – Ярославль, 2004. – 169 с.
10. Фернам А. Деньги. Психология денег и финансового поведения / А. Фернам, М. Аргайл; [пер. с англ. А. Можаяева и др.]. – Спб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2005. – 352 с.

In the article the social-psychological determinants of economic socialization of personality are considered.

Key words: economic socialization, economic behavior, monetary representations, monetary values.

Отримано: 06.05.2009

УДК 159.923.2-057.87

Н.І. Іванцев, Л.І. Іванцев

Психологічні особливості усвідомлення студентами смисложиттєвих орієнтацій

У статті подаються результати дослідження процесу усвідомлення студентською молоддю смисложиттєвих орієнтацій. Встановлена класифікація наявних у свідомості сучасних студентів смисложиттєвих орієнтацій, запропоновано психологічні засоби їх оптимізації

Ключові слова: смисложиттєві орієнтації, життєвий шлях, проектування, усвідомлення, цілепокладання.

В статье представлены результаты исследования процесса осознания студенческой молодежью смысложизненных ориентаций. Установлена классификация имеющихся в сознании современных студентов смысложизненных ориентаций, предложены психологические средства их оптимизации.

Ключевые слова: смысложизненные ориентации, жизненный путь, проектирование, осознание, целеполагание.

Процес усвідомлення та виявлення ціннісної системи можна розділити на такі три підпроцеси: