Письменова А.А.

Монетарное поведение субъектов с бесконфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам

В статье определяются ценностно-смысловые отношения личности к деньгам, рассматриваются типы бесконфликтное и компоненты (мотивационный, когнитивный, эмоциональный, конативный) ценностно-смысловых отношений к деньгам. Дается определение монетарного поведения, его виды (траты, накопление и получение денег). Предложены характеристики монетарного поведения: пространственные, временные, импульсивность/рациональность. Приводятся результаты эмпирического исследования особенностей монетарного поведения респондентов с бесконфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам.

Ключевые слова: бесконфликтное ценностно-смысловое отношение личности к деньгам, компоненты ценностно-смыслового отношения личности к деньгам, виды и характеристики монетарного поведения.

В исследованиях психологических отношений личности к деньгам упор делается на бесконфликтных отношениях, однако, исследований, посвященных изучению осознанности этих отношений, явно недостаточно.

Цель данной работы – изучение монетарного поведения респондентов с разными видами бесконфликтных ценностно-смысловых отношений к деньгам.

Ключевыми понятиями для настоящего исследования выступили: ценностно-смысловое отношение личности к деньгам, бесконфликтные ценностно-смысловые отношения личности к деньгам, монетарное поведение, виды и характеристики монетарного поведения.

Под ценностно-смысловыми отношениями к деньгам мы будем понимать психологические отношения субъектов, в которых деньги презентуются как желательные, должные, совершенные (ценность) для субъекта, либо как занимающие место средства в его жизнедеятельности для реализации тех или иных его потребностей и ценностей [2]. Структурными компонентами ценностно-смысловых отношений к деньгам выступают: мотивационный компонент (отражает место мотива жизнедеятельности «деньги» и ценность денег в иерархии других мотивов жизнедеятельности и ценностей субъекта, а также потребности, которые субъект удовлетворяет за счет денег), когнитивный (отражает знания и представления о деньгах), эмоциональный (переживания и чувства субъекта в связи с деньгами), конативный (действия и намерения субъекта в адрес денег) компоненты.

При бесконфликтном ценностно-смысловом отношении личности к деньгам можно говорить о наличии двух его видов. В первом случае каждый из компонентов этого отношения является осознанным, а во втором случае – хотя бы один из компонентов может быть неосознанным, что особенно характерно для мотивационного компонента отношения.

Монетарное поведение мы определяем как конативный компонент ценностно-смыслового отношения личности к деньгам, который проявляется в совокупности действий с деньгами или потенциальной готовности к этим действиям.

В исследовании монетарного поведения нами выделены три его вида: поведение, направленное на траты, накопление и получение денег. Предложены следующие характеристики монетарного поведения: пространственные, временные, импульсивность/рациональность.

Пространственная характеристика отражает направленность монетарного поведения на различные жизненные сферы субъекта. Временная характеристика отражает периодичность трат, получения и накопления во временном интервале (за единицу временного интервала брался квартал в году). Характеристика импульсивность/ рациональность отражает необдуманность, неконтролируемость и спонтанность монетарного поведения, которое совершается под влиянием первого впечатления, либо рациональное монетарное поведение, осознанное, целенаправленное, связанное с получением субъектом максимальной выгоды.

Методами исследования выступили: тестирование (тест юмористических фраз А.Г. Шмелева и В.С. Бабиной (в проективной и декларируемой версиях), опросник для изучения отношения к деньгам М.Ю. Семенова, тест «Стратегии финансового поведения» Т.Ю. Арефьевой, «Шкала дифференциальных эмоций» К. Изарда, авторская анкета для изучения ценностно-смыслового отношения к деньгам и монетарное поведение (С.Т. Джанерьян, А.А. Письменова)); контент-анализ открытых вопросов анкеты; метод квартилирования; методы непараметрической статистики (критерии Фридмана, Вилкоксона, коэффициент ранговой корреляции Спирмена).

В исследовании приняли участие 137 респондентов (86 мужчин и 51 женщина) в возрасте от 20 до 77 лет. Выборку составили респонденты, имеющие высшее образование: сотрудники Южного регионального кадастрового центра (ЮРКЦ), ОАО «Красный Котельщик» и сотрудники ОАО «ЭМ'АЛЬЯНС» г. Таганрога. Специфика монетарного поведения рассматривалась на материале трех групп субъектов, выделенных по типу их ценностно-смыслового отношения к деньгам. В настоящей работе будет рассмотрена группа с бесконфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам, в которую вошло 109 человек (66 мужчин и 43 женщины), средний возраст которых 35 лет.

Группа с бесконфликтным ценностно-смысловым отношением была разделена на две подгруппы в зависимости от места мотива жизнедеятельности «Деньги» в иерархии мотивов жизнедеятельности: в первую подгруппу отнесены респонденты с ведущим жизненным мотивом «Деньги» (24 мужчины и 19 женщин), а во вторую подгруппу отнесены респонденты, у которых жизненный мотив «Деньги» не является ведущим (42 мужчины и 24 женщины).

Результаты изучения группы респондентов с *бесконфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам (подгруппа 1)* свидетельствуют о том, что содержание мотивационного компонента их отношения характеризуется наибольшей выраженностью мотива «Деньги» в иерархии жизненных мотивов (в проективной

версии по тесту ТЮФ), что свидетельствует о значимости и желательности для респондентов повышения своего материального благосостояния. Несовпадение в проективной и декларируемой версии по выраженности доминирующего жизненного мотива «Деньги» свидетельствует о низкой осознанности респондентами этого мотива.

Анализ потребностей субъектов данной группы, удовлетворяемых за счет денег, показал, что доминирующими по выраженности оказались низшие и высшие потребности (физиологические, безопасность, интеллектуальные). В то же время деньги воспринимаются субъектами как эквивалент труда. С одной стороны, респонденты данной группы наделяют деньги субъективным смыслом удовлетворения низших и высших потребностей, а с другой стороны, присваивают им объективные функции.

Ценность желаемого уровня ежемесячного заработка в данной группе превышает его доступность на фоне умеренной удовлетворенности своим материальным положением.

Содержание когнитивного компонента ценностно-смыслового отношения к деньгам респондентов данной группы отражает ведущие знания и представления о деньгах как об атрибуте цивилизации и средстве удовлетворения физиологических потребностей.

Содержание эмоционального компонента представлено доминированием положительных фундаментальных эмоций (радость) по отношению к деньгам. Поскольку радость появляется у субъектов при реализации ими своих возможностей, то можно говорить об эмоциональной удовлетворенности в отношении денег респондентами данной группы.

В содержании конативного компонента ценностно-смыслового отношения к деньгам доминирует вид монетарного поведения – трата денег.

Результаты анализа пространственной характеристики монетарного поведения свидетельствуют о доминирующей направленности трат денег на сферу семейной жизни.

Накопление денег как вид монетарного поведения в большей степени направлено на сферу профессиональной жизни, отражая ориентацию субъектов на последующие вложения денег в свое дело.

Получение денег как вид монетарного поведения связано со сферой собственных сил, т.е. респонденты самостоятельно зарабатывают и обеспечивают себя сами, не рассчитывая на других.

По результатам изучения временной характеристики монетарного поведения зафиксирована наибольшая выраженность денежных трат во втором квартале года (май, июнь, июль), получение денег больше выражено в первый и третий кварталы года, а накопление респонденты предпочитают делать в равной степени в течение всего года.

Установлена высокая выраженность рациональности всех видов монетарного поведения, что проявляется в стремлении респондентов данной группы осознанно

и целенаправленно тратить, получать и накапливать деньги с получением максимальной выгоды для себя.

В группе респондентов с *бесконфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам (подгруппа 2)* содержание мотивационного компонента отношения характеризуется выраженностью мотива «Деньги» как второстепенного в иерархии жизненных мотивов (в проективной и декларируемой версиях по тесту ТЮФ). Совпадение в проективной и декларируемой версии по выраженности второстепенного жизненного мотива «Деньги» свидетельствует о высокой осознанности респондентами этого мотива.

Деньги служат средством удовлетворения только низших потребностей – физиологических и безопасности, одновременно воспринимаясь субъектами как эквивалент труда. Ценность желаемого уровня ежемесячного заработка в данной группе приближена к его доступности на фоне умеренной удовлетворенности своим материальным положением.

Содержание когнитивного компонента ценностно-смыслового отношения представителей данной группы отражает их ведущие знания и представления о деньгах как об атрибуте цивилизации и средстве удовлетворения физических потребностей.

Содержание эмоционального компонента представлено доминированием положительных фундаментальных эмоций по отношению к деньгам, а именно, эмоций радости. Поскольку радость появляется при реализации своих возможностей, то можно говорить об эмоциональной удовлетворенности в отношении денег респондентами данной группы.

В содержании конативного компонента ценностно-смыслового отношения доминируют такие виды монетарного поведения, как трата и получение денег.

Результаты анализа пространственной характеристики свидетельствуют о направленности трат денег на семейную сферу: респонденты данной группы предпочитают тратить деньги на своих близких и родных, покупать им подарки и материально поддерживать их, деньги «помогают» наладить отношения в семье.

Накопление денег как вид монетарного поведения в большей степени направлено на сферу профессиональной жизни, что говорит о наличии накоплений для последующего вложения в свое дело.

Получение денег как вид монетарного поведения связано со сферой собственных сил, т.е. респонденты самостоятельно зарабатывают и обеспечивают себя сами, не рассчитывая на других.

По результатам изучения временной характеристики монетарного поведения зафиксирована наибольшая выраженность денежных трат во втором квартале года (май, июнь, июль), получение денег больше выражено в первый и третий кварталы года, а накопление респонденты предпочитают делать в равной степени в течение всего года.

Установлена высокая выраженность рациональности всех видов монетарного поведения для респондентов данной группы, что проявляется в стремлении

респондентами данной группы осознанно и целенаправленно обращаться с деньгами с целью получения максимальной выгоды для себя.

Различия между разными подгруппами с бесконфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам проявились в специфике содержания мотивационных компонентов этого отношения, а различия в монетарном поведении между подгруппами проявились в содержании доминирующего вида монетарного поведения.

Перспективу дальнейшего исследования мы видим в выявлении обусловленности монетарного поведения личностными особенностями респондентов, проявляющих различные по конфликтности ценностно-смысловые отношения к деньгам.

Литература

1. Джанерьян С.Т. Профессиональная Я-концепция: системный анализ. – Ростов н/Д, 2004. – С. 241–320.
2. Джанерьян С.Т., Махрина Е.А. Содержание и характеристики ценностно-смысловых отношений к деньгам у студентов и работающих в социономических профессиях // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2005. – № 3. – С. 20–27.
3. Мясищев В.Н. Структура личности и отношения человека к действительности. Хрестоматия. – Самара, 1999. – С. 223–226.