

СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 159.9.001.8:336.74

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УСТАНОВОК СТОСОВНО ГРОШЕЙ

Скрипаченко Т.В., к. психол. н.,
доцент кафедри психології
Запорізький національний університет

Гроші є неодмінною частиною життя сучасної людини. Вони впливали і впливають на формування особистості, її уявлення про світ, економіку, людей, багатство і бідність. Те, наскільки гармонійно особистість буде виконувати певні економічні функції, її рівень матеріального достатку, міра успіхів та поразок залежать від того, які установки щодо грошей у неї сформовані.

Ключові слова: установки, гроші, фактори відношення до грошей, типи установок, сакральний зміст грошей, профаний зміст грошей.

Деньги являются неотъемлемой частью жизни современного человека. Они влияли и влияют на формирование личности, ее представления о мире, экономике, людях, богатстве и бедности. То, насколько гармонично личность будет выполнять определенные экономические функции, ее уровень материального достатка, мера ее успехов и поражений зависят от того, какие установки по отношению к деньгам у нее сформированы.

Ключевые слова: установки, деньги, факторы отношения к деньгам, типы установок, сакральний зміст денег, профаний зміст денег.

Skripachenko T.V. PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF ATTITUDES TO MONEY

Money is a necessary part of modern man's life. It impact and influence the formation of personality, its view of the world, the economy, wealth and poverty. How harmoniously the person will perform certain economic functions, its level of material wealth, the measure of its successes and failures depends on attitudes to money.

Key words: attitudes, money, factors of relationship to money, types of attitudes, sacred meaning of money, profane meaning of money.

Постановка проблеми. Гроші – необхідний атрибут функціонування економіки в сучасному світі. За ефективного виконання своїх основних функцій (міра вартості, засіб обігу, засіб накопичення та заощадження, світові гроші і засіб платежу) гроші стимулюють економічний і соціальний прогрес. Різноманітність грошей як чинника детермінації абстрагованих міжособистісних процесів економічного обміну робить їх психологічним явищем.

Незважаючи на все більшу актуальність і прикладну важливість, а також неоднозначність цієї теми в економічній психології, психологічні аспекти грошей досі залишаються малорозробленими.

Становлення поняття грошей почалося ще в межах класичної політичної економії XIX ст. в роботах К. Маркса. Звичайно, важливими були також праці Г. Зіммеля, М. Вебера та ін. Їхні роботи мають велике значення у становленні сучасного підходу до визначення грошей. Не менш важливою для вивчення функціонування грошей у сучасних суспільствах була теорія структурно-функціоналістського аналізу Т. Парсонса і Р. Мертона.

Дослідження психологічних особливостей соціальних установок стосовно гро-

шей – досить актуальна та невизначена тема у психології. По-перше, існує багато припущень щодо природи самих установок. По-друге, така різноманітність поглядів створює суперечки стосовно усвідомленості установок особистості. І, по-третє, усі ці причини не дозволяють однозначно визначити сутність власне грошових установок. Серед психологів, які займалися дослідженням установок загалом, вирізняються такі, як Д. Узнадзе, У. Томас, Ф. Знанецький, Г. Олпорт, Х. Голдинг, І. Айзен, В. Ядов та ін., а дослідженнями установок стосовно грошей займалися О. Дейнека, А. Фенько, С. Абрамова та ін.

К. Ямаучі та Д. Темплер у 1982 р. створили стандартизовану Шкалу грошових установок. За допомогою факторного аналізу 62 тверджень було виявлено 5 незалежних факторів: влада-престиж, відкладання на майбутнє, недовіра, якість та тривога. Для кінцевого варіанта опитувальника було залишено 29 найбільш важливих пунктів. Автори спостерігали, що установки стосовно грошей практично не залежать від доходів. Однак були виявлені відмінності між чоловіками та жінками за фактором часу (планування, відкладання на майбут-



не). Найбільш цікавим виявився факт, що жінки часто використовують гроші як засіб боротьби за владу [1].

У дослідженні В. Рубінштейн було визначено, що майже половина респондентів ніколи не обговорювала свої доходи з батьками та друзями. Тобто люди думають про гроші постійно, але говорять про них дуже мало і з небагатьма людьми. У міру зростання прибутків зростає таємничість та бажання сховати своє багатство. За даними дослідження можна було класифікувати людей на матеріально задоволених та матеріально незадоволених. Ці дві групи відрізняються суттєво. Люди, які є матеріально задоволеними, контролюють свої фінанси, а фінансово неблагополучні, навпаки, дозволяють грошам управляти їхньою поведінкою. Наприклад, якщо виникає бажання купити щось дороге, то представники першої групи будуть намагатися або накопичувати більше грошей, або забути про цю річ. Ті, хто є матеріально незадоволеними, будуть намагатися взяти гроші в борг. Тому представники другої групи мають більшу схильність до емоційних розладів та психосоматичних захворювань [2].

За даними В. Рубінштейн, чоловіки та жінки надають однакового значення у своєму житті роботі, кохання, турботі про дітей та фінансам. Однак чоловіки є більш довірливими та впевненими в собі у фінансових питаннях, ніж жінки. Вони більш задоволені своєю фінансовою ситуацією та більш оптимістичні стосовно свого майбутнього фінансового становища. Чоловіки рідше, ніж жінки, відчувають почуття безпорадності стосовно грошей, депресію, гнів, заздрість, паніку та сором і частіше відчувають щастя, кохання та захоплення.

А. Фарнем, використовуючи дані досліджень, розробив опитувальник із 60 тверджень, які відображають широке коло установок, цінностей та думок, пов'язаних із грошима. За результатами тесту, він виявив 6 факторів:

- залежність;
- влада/використання;
- планування;
- безпека/консерватизм;
- неадекватність, зусилля/здібність.

Згідного із цим дослідженням, літні і багаті люди більш стурбовані власним майбутнім, ніж молоді люди та люди, яких можна віднести до бідної категорії населення. Дослідження залежності між самооцінкою та відношенням до грошей показало, що люди, які є схильними до імпульсивних витрат, мають більш низьку самооцінку, ніж раціональні споживачі. Для одержимих споживачів гроші мають символічну

здатність підвищувати їхню самооцінку. Нав'язливі покупці більше, ніж звичайні, схильні бачити у грошах спосіб вирішення проблем і часто розглядають гроші як засіб для порівняння. Вони використовують гроші для демонстрації статусу і влади, зазвичай говорять про те, що їм не вистачає грошей (особливо у порівнянні із друзями та знайомими). Витрати для них зазвичай пов'язані із внутрішнім конфліктом.

Т. Танг за допомогою розробленого ним опитувальника для вимірювання установок стосовно грошей встановив, що люди з високими доходами більш схильні бачити зв'язок грошей та досягнень, ніж люди з низькими доходами. Він розробив опитувальник для вимірювання установок стосовно грошей, який називається Шкала грошової етики. Ці установки мають три компоненти: афективний (добро, зло), когнітивний (зв'язок грошей із досягненнями, повагою, свободою) та поведінковий. Шкала складається із 30 тверджень, які відображають 5 незалежних факторів: добро («Я високо оцінюю гроші», «Гроші на дорозі не валяються»); зло («Гроші – коріння всякого зла», «Не у грошах щастя»); досягнення («Гроші – символ успіху», «За гроші можна купити все»); повага та самооцінка («Гроші залучають до тебе друзів», «Мати гроші – почесно»); бюджет («Я ретельно вираховую свій бюджет», «Я завжди вчасно плачу за рахунками»); свобода або влада («Гроші дають свободу та незалежність», «Гроші – це влада»). Отже, було виявлено, що люди з високими доходами схильні бачити зв'язок грошей та досягнень, а молодь бачить гроші, як зло. Ті, хто мають більш низький рівень грошових домагань, більше задоволені життям і мають нижчий рівень стресу. Була встановлена значуща кореляція між внутрішнім задоволенням від праці і думкою про те, що гроші – це символ свободи та влади. Зовнішня трудова мотивація корелювала з думкою про те, що гроші – це не зло.

Особливості проявлення соціальної цінності грошей залежать не тільки від національного менталітету, а й від соціальних характеристик її конкретних носіїв – індивідів, зокрема від їхнього віку, приналежності до певного покоління.

До факторів, які впливають на макроекономічне відношення до грошей, належать:

- стать;
- вік;
- соціальне оточення;
- економічне становище;
- особистісні характеристики і т. і. [3].

Статеві відмінності у відношенні до грошей були досліджені в роботах різних авторів. У чоловіків виявлена тенденція надава-

ти грошам завищену цінність. Вони виявилися більш компетентними у поведженні із грошима та більш схильними до ризику для їх придбання. Жінки ж виражають більш сильну фрустрацію із приводу відсутності грошей і більше заздять тим, хто їх має.

З віком пов'язана здібність планувати бюджет і співвідношення мотивів споживання та накопичення (підвищується накопичення на випадок хвороби та інших неприємностей). Результати досліджень О. Дейнека показали, що жінки більшою мірою, ніж чоловіки, а молодь, ніж зрілі та літні люди, використовують витрати, покупки як фактор самозаспокоєння, психотерапії. Зараз з'явилося навіть таке слово, яке прийшло до нас із Заходу, – «шопінг». Воно означає, що простий похід за покупками перетворюється у подію і має на меті не тільки придбання окремої речі, але й проведення часу, покращення настрою.

Вплив на відношення до грошей особистісних якостей виявляється, зокрема, в тому, що стійкі екстраверти відносяться до грошей більш відкрито, комфортно, безтурботно, ніж стійкі інтроверти.

З низькою самооцінкою та невпевненістю в собі пов'язані і занадто скута поведінка, і, навпаки, марнотратство. Моти і марнотрати мають більш низьку самооцінку, ніж типові споживачі.

Цікавою є також думка, що люди, які дотримуються у грошовій етиці накопичення, менше задоволені життям, ніж ті, у кого домінують духовні та соціальні цінності.

Загалом уявлення про сутність грошей та відношення до них формується тим раніше, чим раніше людина стикається з їх недостатчею чи відсутністю. А вже давно відмічено, що у країнах із нестабільною економікою, де доля сімейного прибутку є низькою, діти раніше відчувають нестачу грошей і раніше починають працювати, щоб прогодувати сім'ю. Вони ще в ранньому дитинстві розуміють, що є щось, що може дозволити їм одягатися і їсти, а іноді і купити що-небудь, чого давно хотілося. За словами К. Маркса: «Все то, чого не можеш ти, можуть твої деньги: они могут есть, пить, ходить на балы, в театр, могут путешествовать, умеют приобрести себе искусство, ученость, исторические редкости, политическую власть – все это они могут купить, они – настоящая сила» [4, с. 36]. Все це формує відношення до грошей як до необхідного засобу життя.

Але разом із тим, якщо у грошах загублена або не виражена доля реальної праці, у людей домінує уявлення про них як про явище, котре породжує саме себе.

Психологічними наслідками цього феномена стають: по-перше, гіпертрофована віра у фінансові ігри, випадок, фінансову вдачу, миттєве збагачення; по-друге, надмірна споживча активність (гроші треба зараз же витратити), знижений фінансовий самоконтроль господарчого суб'єкта на всіх рівнях (від родини до уряду), який є спровокованим мінімізацією стабілізаційної складової частини грошей; по-третє, посилення відчуття непередбачуваності, невідповідності людині (її контролю) економічних процесів та викликана цим тривога, яка переходить у страх чи депресію.

На рівні панівної еліти, згідно із закономірностями теорії обміну, співвідношення вклад/віддача, «легкі гроші» (отримані через невиправдану приватизацію, позики, малоконтрольований бюджет) породили таке відношення до грошей, яке небезпечно психологічною орієнтацією на миттєвий економічний інтерес, а не на майбутнє, на невиправдані витрати та розчарування, а не на збереження та накопичення, на особисті й локальні вигоди, а не на прибутковість економіки та країни загалом. Стихія первинного накопичення капіталу, переважно у торгових операціях та махінаціях із бюджетними грошима, притупила почуття відповідальності й економічної безпеки. Все це гальмувало і продовжує гальмувати вклади до виробничо-технологічної бази економіки і країни.

За даними Н. Анікаєвої [5], використанні методики А. Фернхема «Шкала монетарних уявлень у поведінці» дозволило розглянути соціальні установки стосовно грошей як значення, які люди їм надають, особливо у зв'язку із фінансовою поведінкою. Люди насамперед діють на основі того значення, якого вони надають предметам та явищам, а не просто реагують на зовнішні стимули. Соціальні установки, як і значення, хоч і мають тенденцію до зміни, однак, на відміну від них, не створюються спонтанно у процесі інтеракції, вони відтворюються соціальною структурою, яка є насамперед продуктом соціальних відносин.

На основі цих умов була побудована модель зв'язку між соціальними установками стосовно грошей і стратегіями фінансової поведінки індивідів на прикладі групи з високим рівнем матеріального добробуту. Дослідження виявило, що в рамках однієї прибуткової групи соціальні установки щодо грошей диференційовані й існує прямий зв'язок між установками і стратегіями фінансової поведінки.

Було виділено шість типів соціальних установок індивідів стосовно грошей:

1. Гроші як об'єкт контролю (домінантна стратегія – страхування). Основні ха-



рактеристики: компетентність і точність стосовно фінансів, прагнення до економії. Небажання користуватися банківськими продуктами вони пов'язують зі складністю контролю над фінансовими операціями. Зберігання грошей на непередбачуваний випадок, придбання страхового поліса, витрати на лікування та інвестування до пенсійного фонду надають їм гарантію стабільності. Інвестування грошей до пенсійного фонду дозволяє подолати невпевненість у здатності держави забезпечити необхідний рівень життя у старості, вижити в умовах нестабільної економічної ситуації, регулювання якої, на їхню думку, невіддільне державі. Гроші для них є гарантом незалежності та самостійності щодо матеріального становища.

2. Гроші як досягнення (домінантні стратегії – страхування та інвестування). Гроші є символом успіху, відображенням їхніх досягнень. Це виражається у прагненні до підвищення рівня свого матеріального достатку, вважаючи, що це допоможе підвищити соціальний статус та здобути схвалення соціального оточення. Вони виражають готовність працювати в ситуації конкуренції з іншими людьми. Основними стратегіями фінансової поведінки є страхування (збереження грошей на непередбачуваний випадок, витрати на лікування, придбання страхового поліса або інвестування до пенсійного фонду) та інвестування (інвестування в розвиток бізнесу, відкриття депозиту, придбання акцій тощо). Кошти на ощадному рахунку виконують подвійну функцію: й інвестувальну, і страхувальну.

3. Гроші як цінність (домінантна стратегія – інвестування). Мають високу цінність забезпеченого життя та грошей, тому намагаються самі розпоряджатися особистими прибутками. Вони впевнені, що гроші є критерієм порівняння людей, а також що фінанси, які вони мають, є показником певного соціального статусу. Стратегія інвестування передбачає певний ризик, на який вони готові піти заради отримання великого прибутку.

4. Гроші як недостатність/невідповідність (домінантна стратегія – позичально-боржникова поведінка). Постійне відчуття нестачі грошей, що зумовлено низьким рівнем компетенції управління особистими фінансами (покупка товарів за більш високу ціну, покупка предметів розкоші, використання будь-якої можливості побалувати себе). Їхній рівень прагнень завжди більший, ніж вони можуть собі дозволити, що формує невідповідність. Переживання невідповідності бажаного та реального статусів виражається у стурбованості своєю фінансовою поведінкою, незадоволеністю тією сумою грошей, яку мають, заниженні свого фінан-

сового положення. Психологічне відчуття того, що їм постійно недостатньо тієї суми грошей, яку вони мають, є причиною найбільш високої позичальної поведінки. Мета цих позик та кредитів – наблизитися до тієї межі, за якою, на їхню думку, грошей буде достатньо. Такі банківські продукти, як кредитні картки, отримують найбільшу популярність серед них.

5. Гроші як засіб отримання влади (домінантні стратегії – споживання та позичально-боржникова поведінка). Гроші, являючись засобом влади, на їхню думку, дозволяють впливати на соціальне оточення заради досягнення особистої мети. Статусне споживання дозволяє їм не тільки завоювати владу, але й продемонструвати її перед оточенням. Здійснюючи покупки, вони придбають набагато більше, ніж просто товар чи послугу, вони придбають їх символічну цінність. Вони можуть казати, що іноді «купають» дружбу, і є дуже щедрими з тими, кому хочуть сподобатись. Володіння великими сумами грошей дає їм почуття переваги над іншими. Таке престижне споживання, на яке вони витрачають основну частину прибутків, дозволяючи сховати їх недостатньо високий фінансовий статус, водночас призводить до фінансових труднощів, які змушують їх брати гроші в борг. Соціальне оточення людей із таким типом соціальної установки є більш забезпеченим, ніж вони. Таким чином, вони намагаються наблизитися до більш високого матеріального класу, а отже, і влади.

6. Гроші як предмет збереження (домінантна стратегія – збереження). Прагнення до збереження грошей, бажання мати велику суму зумовлено їхнім відчуттям себе гіршими за всіх тих, хто має більше грошей. Вони впевнені, що наявність грошей дає можливість вирішити всі проблеми, гроші – це майже єдине, на що можна розраховувати в цьому житті. Вони не впевнені у своєму майбутньому, у тому, що зможуть заробити, зможуть зберегти досягнутий ними рівень життя. Відсутність грошей робить їх беззахисними. Наявність грошей зменшує не тільки їхню тривожність та залежність від інших людей, але й підвищує їхню безпеку. Така зберігальна стратегія є пасивною, тобто вони будуть економити ті гроші, які вже є, а не працювати, щоб отримати більшу суму, яка би дозволила зберегти грошей більше, ніж вони можуть собі дозволити за наявного рівня доходу. Та навіть незважаючи на їхнє розуміння того, що, на їхню думку, головною перепорою на шляху збереження грошей є низький рівень прибутку, вони все ж не готові проявити ініціативу заради досягнення більш високого рівня доходу, вирішивши це питання.

Дослідження установок стосовно грошей виявляють зв'язок із демографічними (стать, вік, соціальний клас), національними та особистісними факторами. Жінки, люди похилого віку, представники нижчих соціальних верств та невротики більше занепокоєні проблемою грошей, ніж усі інші. Психологічні дослідження допомогли встановити, що в міру збільшення доходів цінність грошей зростає, а потім знижується, тобто найбільшій цінності гроші досягають у людей із середнім достатком. У міру збільшення достатку збільшується схильність людей приховувати величину своїх доходів. Не є залежними від доходів людини такі установки стосовно грошей, що вимірюються за факторами: влада-престиж, відкладання на майбутнє, недовіра, якість, тривога [6].

Досить відомий експеримент із вивчення впливу безсвідомих установок на сприйняття був проведений Дж. Брунером та С. Гудман у 1947 р. Десятирічним дослідженням із бідних та багатих родин було запропоновано порівняти розміри кружків світла з розмірами монет. Контрольна група порівнювала розміри світлових кружків із розмірами сірих картонних дисків, діаметр яких співпадав із діаметром монет. Монети (об'єкти, що мали соціальну цінність) оцінювались як такі, що мають більший розмір, ніж картонні диски, і чим вищою була грошова цінність монети, тим більшим було розходження між її розміром, який сприймається, і який є реальним. Діти з бідних родин переоцінювали розміри монет значно більше, ніж багаті. Ефект переоцінювання значущих об'єктів виявився повсюдним і був підтверджений у понад 20 експериментах інших дослідників.

Р. Белк і М. Валендорф [7] запропонували розрізняти сакральний та профанний зміст грошей. Профанні об'єкти є взаємозамінними й оцінюються утилітарно. Сакральні об'єкти часто не призначені для функціонального використання та не можуть обмінюватися на звичайні об'єкти. Обмін сакральних об'єктів на гроші руйнує їх сакральний зміст, оскільки дозволяє їм контактувати із зоною профанного. На Заході гроші є занадто профанованими, щоб використовуватися для деяких особливих випадків: за гроші неможливо купити наречену, звільнення від кримінального покарання і (в ідеалі) політичну посаду. Гроші розглядаються як невідповідний подарунок, оскільки являють собою занадто точну міру кохання.

Р. Белк та М. Валендорф вважають, що гроші, які були зароблені працею і не приносять внутрішнього задоволення, є цілком профанними, а доходи, що отримуються від улюбленої справи, сприймаються

як сакральні. Ще із часів Стародавньої Греції до нашого часу підприємство, мистецтво заробляти гроші сприймається як сумнівне. Діяльність підприємців, бізнесменів є менш почесною, ніж праця ремісника, робітника чи аристократа. Добровільна безкоштовна робота священна, а така сама робота, яка виконується за гроші, профанна. Таким чином, згідно із цими психологами, гроші, отримані за роботу, яка була виконана з любов'ю, священні, гроші, зароблені тяжкою працею, не гарантують великого багатства. Гроші, які були отримані без праці, розглядаються як зло і загрожують зробити з людини раба, навіть якщо вона намагається витратити їх на хороші цілі.

Гроші не залишають байдужим нікого. Дехто впевнений, що якби у нього було більше грошей, то і життя було б набагато кращим і він міг би стати щасливим. Інші, ті, у кого багато грошей, постійно стурбовані, як знайти їх ще більше, як їх витратити і не загубити. У бідних людей зовсім інші проблеми, ніж у багатих, проте сімейні конфлікти, спричинені грошима, у різних соціально-економічних прошарках часто є дуже схожими. Для більшості людей гроші так міцно вплетені у життя, що пов'язані з ними проблеми впливають на здоров'я та інтимні стосунки, на відносини з дітьми та батьками. Саме через таке вплетання в життя і життєві сценарії особистості і пояснюється психологічна дія установок стосовно грошей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Тышка Т. Когнитивные представления о социально-экономических представлениях / Т. Тышка, Й. Соколовская // Психологический журнал. – 1993. – № 3. – Т. 14. – С. 67–78.
2. Журавлев А. Экономическая психология в контексте современной психологической науки / А. Журавлев // Проблемы экономической психологии. – М.: ИП РАН, 2004. – Т. 1 / отв. ред. А. Журавлев, А. Купрейченко. – 284 с.
3. Дейнека О. Экономическая психология: [учебное пособие] / О. Дейнека. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2000. – 160 с.
4. Дейнека О. Динамика макроэкономических компонентов образа денег в обыденном сознании / О. Дейнека // Психологический журнал – 2002. – Т. 23. – № 2. – С. 36–46.
5. Аникаева Е. Социальные установки в отношении денег как фактор финансового поведения населения: дис. ... канд. социол. наук / Е. Аникаева; Гос. ун-т «Высшая школа экономики». – М., 2008. – 170 с.
6. Тимошенко О. Экономическая психология – наука будущего века / О. Тимошенко // Сб. науч. трудов. – Ставрополь: Северо-Кавказский гос. техн. ун-т, 2002. – 155 с.
7. Фенько А. Проблема денег в зарубежных психологических исследованиях / А. Фенько // Психологический журнал. – 2000. – Т. 3. – № 1. – С. 50–62.