

МУЖСКИЕ И ЖЕНСКИЕ ВАРИАНТЫ МОНЕТАРНОГО ПОВЕДЕНИЯ У СУБЪЕКТОВ С БЕСКОНФЛИКТНЫМ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫМ ОТНОШЕНИЕМ К ДЕНЬГАМ

Письменова А.А.

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

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

Цель данной работы – изучение мужских и женских вариантов монетарного поведения субъектов с бесконфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам, в котором мотив «Деньги» является ведущим.

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 [3]. 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.

Были выделены три вида ценностно-смыслового отношения личности к деньгам: конфликтное (или актуально конфликтное), потенциально конфликтное и бесконфликтное. Однако в данной работе рассматривается только бесконфликтное ценностно-смысловое отношение к деньгам.

Под бесконфликтным ценностно-смысловым отношением личности к деньгам понимается на фоне низко осознанного ведущего жизненного мотива

«Деньги» осознание денег как низко доступного средства удовлетворения низших и отдельных высших потребностей (мотивационный компонент) и одновременное осознание их как средства удовлетворения низших потребностей (когнитивный компонент), подкрепленного переживанием положительных эмоций в адрес денег (эмоциональный компонент).

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, на накопление и на 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 субъ-

ектом 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 Семенова М.Ю., тест «Стратегии финансового поведения» Арефьевой Т.Ю., «Шкала дифференциальных эмоций» Изарда К., авторская анкета для изучения ценностно-смыслового отношения к деньгам и монетарное поведение (Джанерьян С.Т., Письменова А.А.); 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 которой мотив «Деньги» является ведущим в системе других жизненных мотивов. В группу вошло 43 человека (24 мужчины и 19 женщин).

В группе мужчин с бесконфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам *мотивационный компонент* представлен наибольшей выраженностью в проективной версии мотива «Деньги» в иерархии жизненных мотивов (тест ТЮФ), что свидетельствует о значимости и желательности для респондентов повышения своего материального благосостояния. В декларируемой версии мотив жизнедеятельности «Деньги» (тест ТЮФ) не характеризуется наибольшей выраженностью, на первом месте по выраженности стоят мотивы «Взаимоотношения полов», «Агрессия/самозащита», «Человеческая глупость», «Семейные неурядицы», что говорит о стремлении респондентов данной группы наладить отношения с противоположным полом и в семейной жизни, стремление к получению истинных знаний, и в то же время о том, что они не чувствуют себя, в достаточной мере, безопасно и уверенно. Несовпадение по выраженности проективной и декларируемой версии мотива «Деньги» свидетельствует о низкой осознанности респондентами значимости для них повышения своего материального положения.

В результате анализа в данной группе выявилось, что за счет денег удовлетворяются как высшие (самоактуализация), так и низшие (физиологические, безопасность) потребности. В то же время деньги

воспринимаются респондентами как эквивалент труда. Это свидетельствует, с одной стороны, о том, что для представителей данной группы деньги удовлетворяют в равной степени низшие и высшие потребности, а с другой - присваивают им объективные функции.

Ценность желаемого уровня ежемесячного заработка в данной группе приближена к доступности на фоне умеренной удовлетворенности своим материальным положением. В свою очередь, уровень удовлетворенности своим материальным положением положительно связан с доступностью желаемого уровня ежемесячного заработка, что говорит о том, что чем выше доступность желаемого уровня ежемесячного заработка, тем выше степень удовлетворенности своим материальным положением.

Содержание *когнитивного компонента* ценностно-смыслового отношения отражает ведущие объективные знания и представления о деньгах как об атрибуте цивилизации и средстве для удовлетворения физиологических потребностей.

Эмоциональный компонент представлен выраженностью 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.

Монетарное поведение представлено доминированием двух его видов – трата и получение денег для данной группы респондентов.

Были выявлены детерминанты монетарного поведения траты денег. Положительно на траты влияет истинный мотив жизнедеятельности «Деньги», чем выше стремление респондентов повысить свое материальное положение, тем больше они направлены на трату денег.

Результаты анализа пространственной характеристики свидетельствуют о направленности монетарного поведения трат денег на семейную сферу, собственные нужды и интересы, общественную жизнь и сферу обучения и образования, что говорит о том, что респонденты данной группы предпочитают тратить деньги на своих близких и родных, покупать им подарки и материально поддерживать их, на себя, а также тратить на повышение своего уровня образования, на своих друзей и знакомых, деньги для респондентов данной группы являются средством, которое помогает наладить отношения как в семейной жизни, так и с друзьями и знакомыми.

Накопление денег, как вид монетарного поведения, в большей степени направлено на сферы семейной жизни и на собственные нужды.

Получение денег, как вид монетарного поведения, связано со сферами собственных сил и обучения и

образования, т.е. респонденты самостоятельно зарабатывают и обеспечивают себя сами, рассчитывают только на собственные силы и считают, что в этом им помогает их профессия и уровень образования.

Во временной характеристике трат денег можно говорить об избирательности получения денег, а именно респонденты данной группы больше получают деньги во второй и третий кварталы года. Траты и накопление денег неизбирательно распределены во времени, одинаково по всем кварталам года.

Можно говорить о высокой выраженности рациональности для всех видов монетарного поведения. Это отражает стремление респондентами данной группы осознанно и целенаправленно обращаться с деньгами с целью получения максимальной выгоды для себя.

В группе женщин *мотивационный компонент* ценностно-смыслового отношения к деньгам характеризуется наибольшей выраженностью в проективной версии мотива «Деньги» в иерархии жизненных мотивов (тест ТЮФ), что свидетельствует о значимости и желательности для респондентов повышения своего материального благосостояния. В декларируемой версии мотив жизнедеятельности «Деньги» (тест ТЮФ) не характеризуется наибольшей выраженностью, на первом месте по выраженности стоит мотив «Семейные неурядицы» и «Человеческая глупость», что говорит о стремлении респондентов наладить отношения в семье и их стремление к знаниям, истине, также для респондентов данной группы может быть характерно преувеличение своих интеллектуальных способностей и принижение других. Несовпадение по выраженности проективной и декларируемой версии мотива «Деньги» свидетельствует о низкой осознанности респондентами значимости для них повышения своего материального положения.

В результате анализа в данной группе выявилось, что за счет денег удовлетворяются как высшие (интеллектуальные), так и низшие (физиологические, в безопасности) потребности. И в то же время деньги воспринимаются как эквивалент труда. Это свидетельствует, с одной стороны, о том, что для представителей данной группы деньги удовлетворяют в равной степени низшие и высшие потребности, а с другой - присваивают им объективные функции.

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 отражает ведущие объективные знания и представления о деньгах как об атрибуте цивилизации и средстве для удовлетворения физиологических потребностей.

Результаты анализа *эмоционального компонента*

свидетельствуют о выраженности положительных фундаментальных эмоций по отношению к деньгам, а именно эмоций радости. Поскольку чувство радости появляется при реализации своих возможностей, то можно говорить об эмоциональной удовлетворенности в отношении денег респондентами данной группы.

При таком отношении монетарное поведение представлено доминированием вида монетарного поведения - трата денег для данной группы респондентов.

Выявлены детерминанты монетарного поведения трат денег. Так, положительно влияют такие декларируемый мотив «Мода» и истинный мотив «Агрессия/самозащита», иначе говоря, чем выше стремление респондентов следить за модой и стремления к безопасности, тем больше проявляется монетарное поведение трат денег.

Результаты изучения пространственной характеристики свидетельствуют о направленности монетарного поведения трат денег на семейную сферу, общественную жизнь и сферу обучения и образования, что говорит о том, что респонденты данной группы любят тратить деньги на своих близких и родных, покупать им подарки и материально поддерживать их, а также тратить на повышение своего уровня образования, на своих друзей и знакомых, деньги для респондентов данной группы являются средством, которое помогает наладить отношения как в семейной жизни, так и с друзьями и знакомыми.

Накопление денег, как вид монетарного поведения, направлено на сферы семьи, собственных нужд и потребностей, обучения и образования и увлечения.

Получение денег, как вид монетарного поведения, связано со сферой собственных сил, т.е. респонденты самостоятельно зарабатывают и обеспечивают себя сами, рассчитывают только на собственные силы.

Во временной характеристике можно говорить об отсутствии избирательности во всех видах монетарного поведения по всем кварталам года.

По характеристике монетарного поведения рациональность/импульсивность можно говорить о высокой выраженности рациональности для монетарного поведения траты денег. Это говорит о стремлении респондентов данной группы осознанно и целенаправленно тратить деньги с целью получения максимальной выгоды для себя. Для других видов монетарного поведения невозможно говорить о выраженности той или иной характеристики.

Таким образом, различия между мужскими и женскими вариантами монетарного поведения проявились в содержании доминирующего вида монетарного поведения: для мужчин ведущими видами монетарного поведения выступают получение

и трата денег, а для женщин только трата денег. Эти результаты подтверждают исследования, в которых женщины видят свою экономическую роль скорее в расходовании денег, чем в их зарработке, мужчины же, наоборот, признают свою роль «добытчика», зарабатывающего деньги, и именно поэтому имеющего власть ими распоряжаться [5]. В то же время траты денег у женщин обусловлены мотивом «Агрессия/Самозащита», что также подтверждает исследования связи трат денег с их временной терапевтической функцией и снятием тревожности [там же]. У мужчин, в свою очередь, монетарное поведение траты связано с мотивом «Деньги», что свидетельствует о возможности вкладывать деньги для получения последующей выгоды. И наконец, мужчины реализуют рациональное монетарное поведение всех его видов, что свидетельствует об обдуманном, целенаправленном поведении с целью получения максимальной выгоды, а женщины демонстрируют только рациональные траты.

Перспективу дальнейшего исследования мы видим в сравнении мужских и женских вариантов монетарного поведения субъектов с конфликтным и потенциально конфликтным ценностно-смысловым отношением к деньгам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белицкая Г.Э. Особенности отношения к деньгам: деньги как предмет личностного осмысления // Ежегодник Российского психологического общества: Материалы 3 Всероссийского съезда психологов (25-28 июня 2003 года): В 8-и т.т. - Т.1. - СПб., 2003. - С. 379-382.
2. Джанерьян С.Т. Профессиональная Я-концепция: системный анализ. – Ростов н/Д, 2004. – С. 241-320.
3. Джанерьян С.Т., Махрина Е.А. Содержание и характеристики ценностно-смысловых отношений к деньгам у студентов и работающих в социономических профессиях // Психол. вестник РГУ. - Ростов н/Д., 2005. - № 3. - С. 20-27.
4. Мясичев В.Н. Структура личности и отношения человека к действительности. Хрестоматия. - Самара, 1999. - С. 223-226.
5. Фенько А.Б. Экономическая психология. Психологический анализ отношения москвичей к деньгам // Психологический журнал. – 2004. - № 3. – С. 34-42