

Отношение к деньгам как психологический феномен

В настоящее время заметно выросло внимание психологов ко всем формам поведения, которые в той или иной форме связаны с денежными средствами; по всей видимости, это связано с их вниманием на социальные процессы (так, например, купля-продажа прямо связана с общением) и с зависимостью их использования от личностных характеристик индивида. Работа, вкратце излагаемая ниже, привлекла внимание оргкомитета Международного конгресса по прикладной психологии и была включена в повестки дня пленарного заседания, но не была доложена по причинам, не связанным с ее содержанием.

Исходная позиция авторов базировалась на известном положении З. Фрейда о трех фазах развития либидо, оральной, анальной и генитальной, которые могут оказывать влияние на определенные особенности поведения.

Предметом нашего исследования являются поведенческие формы, выражающие отношение к деньгам. Мы предположили, что на эти формы поведения оказывает влияние, как способ получения денежных средств, так и личностные характеристики. Мы исходили из предположения, что индивиды дифференцируются по формуле 3:3: 3. А именно, основные формы поведения, это получение, сохранение и трата денег (За). Поведение может выражаться в предпочтении одной из этих форм. (Трате посвящено в частности, исследование Ж. Батая, полагающее, как нам кажется, фундаментальное значение). Соответственно, получение можно поставить в соответствии с оральной, сохранение- с анальной и трату- с генитальной фазами. По отношению к деньгам в обществе можно выделить три основные группы: одна ориентируется на получения дохода за счет предпринимательской деятельности (бизнесмены), для второй характерно

регулярное получение заработной (представителями этой группы могут послужить преподаватели и сотрудники АУЦА) и третья группа не имеет собственных источников дохода или заработной платы, а находится на содержании родных и близких (в эту группу входят, например, студенты АУЦА), (Зв). И наконец, на отношение к деньгам влияют личностные характеристики: агрессия (конструктивная форма по Аммону), тревожность и уровень эмоционального интеллекта (Зс). Эти характеристики, могут быть переменными, связанными с изменениями материального положения, как правило, влияющими на поведение.

1. Гипотезы исследования:

1: В группах бизнесменов, сотрудников АУЦА и студентов АУЦА будут различия по средним величинам поведенческих форм выражающих отношение к деньгам (трата, сохранение и получение) и различия по личностным характеристикам (агрессия, тревожность и эмоциональный интеллект).

2: В группах бизнесменов, сотрудников АУЦА и студентов АУЦА будут различия в корреляции между поведенческими формами выражающими отношение к деньгам (трата, сохранение и получение) и личностными характеристиками (агрессия, тревожность и эмоциональный интеллект).

2. *Метод*

- Тест поведенческих форм, выражающих отношение к деньгам
- Тест руки
- Тест реактивной и личностной тревожности Спилбергера-Ханина
- Тест эмоционального интеллекта

3. Выборка- 92 человека, подразделяемых на 3 группы

Главным критерием выбора групп был способ получения денежных средств.

Первая группа (бизнесмены) это 32 частных предпринимателя рынка «Дордой». Главный источник денежных средств для них- это доход за счет предпринимательской деятельности.

Вторая группа это 16 преподавателей и 14 сотрудников иного профиля АУЦА, главный источник денежных средств - заработная плата.

Третья группа это 30 студентов АУЦА, которые не имеют собственных источников дохода, а находятся на содержании у близких.

4. Результаты

Гипотезы исследования частично подтвердились. Так по всем группам подтвердились различия в средних величинах поведенческих форм, выражающих отношение к деньгам, и по средним величинам личностных характеристик.

По средним величинам поведенческих форм, выражающих отношение к деньгам, выявилось, что лица, в сущности, не являющиеся состоятельными собственниками или регулярно поручающими заработную плату, а равно студенты относятся к трате денег свободнее представителей остальных групп. И, напротив, с наименьшей охотой тратят деньги бизнесмены (конечно, надо иметь в виду относительную величину трат, у бизнесменов она гораздо выше). По личностным характеристикам выявилась статистически значимая разница по агрессии и эмоциональному интеллекту. Соответственно, самый высокий уровень агрессии оказался в группе собственников, предпринимателей (бизнесмены), а самый низкий- у группы студентов. Как и следовало ожидать, самый высокий уровень эмоционального интеллекта оказался у группы преподавателей и сотрудников АУЦА. Наиболее низкий его уровень оказался у группы бизнесменов. Таким образом, выявилась известная зависимость между личностными характеристиками и способами, от которых частично зависит само получение денежных средств. Например, чтобы бизнесмен

получил определенную сумму денежных средств, он должен обладать повышенной конструктивной агрессией.

Подтвердилось, что есть разница в корреляции между поведенческими формами, выражающими отношение к деньгам и с личностными характеристиками. В группе бизнесменов была обнаружена наиболее высокая корреляция между получением денег и реактивной тревожностью (0,35/значимость 0,053), а так же между сохранением денежных средств и реактивной тревожностью (0,414/ значимость 0,02).

В группе преподавателей и сотрудников АУЦА была найдена наиболее высокая корреляция между тратой денег и реактивной тревожностью (0,491/ значимость 0,006), а так же между тратой денег и личностной тревожностью (0,398/ значимость 0,029).

Тем самым, косвенно подтвердилась мысль Майкла Балинта, что, чем важнее факт для индивида, тем большую тревожность вызывает его изменение.

Полученные результаты указывают на то, что в дальнейшем исследовании большое значение будет иметь такая переменная, как реальная и соотносительная величина денежных трат и сохранения сумм.

Библиография:

1. Андреева И. (2000). *Экономическая психология*. Санкт-Петербург: Питер.
2. Батай Ж. Понятие траты // *Проклятая доля*. М.: Логос, Гнозис, 2003
3. Крылов А. (1999). *Психология*. Москва: Проспект.
4. Фенько А. (2000). Проблема денег в зарубежных психологических исследованиях. *Психологический журнал*, 1,50-62.
5. Mitchell T. & Mickel A. (1999). The meaning of money: an individual-difference perspective/ *Academy of management review*, 24,568-578.
6. Yamauchi K. & Templer D. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal personality assessment*, 46,522-528.