



Санкт-Петербургский
государственный
университет
www.spbu.ru

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ: ЧТО МОГУТ И ЧЕГО НЕ МОГУТ ДЕНЬГИ?

Профессор Дейнека О.С.



О СТИМУЛИРОВАНИИ

А. Маршалл: самым устойчивым мотивом трудовой деятельности человека является желание получить материальное вознаграждение за работу.

Материальная, денежная мотивация – это та конкретика, которую можно измерить. Благодаря ей можно косвенно определить стремления, склонности, побудительные силы.

Финансовое стимулирование (прямое и не прямое). Виды нефинансового поощрения. Возможности вертикального и горизонтального роста. Моральные поощрения.

Психологическая валюта (индивидуальный подход).
Типологический подход.



Деньги - это часть экономической культуры, которая является не только консервативной коммерческой ценностью, но и символом, наделенным «психологической магией» [Московичи, 1998].

Как особый символ они **ДИХОТОМИЧНЫ:**

- в них совпадает *материальное и идеальное*, вещь и мысль, что обеспечивает им объективную и субъективную (представленную в сознании) безграничность распространения;
- будучи эмоционально насыщенным представлением, деньги *амбивалентны* [Дейнека, 2013],
- выступают одновременно *мотиватором и фрустратором*,
- в субъект-субъектном контексте они как *объединяют людей, так и разъединяют* их.



Описывая влияние денег на восприятие жизни, Дж. Нидлман подчеркивал, что материальные ценности часто затмевают глубокие внутренние переживания и идентичность, и что **адекватное отношение к деньгам связано со способностью осознавать свою истинную сущность и внутренние силы** [Needleman, 1991].

В то же время, при дефиците денег человек переживает финансовую тревожность, снижается его самооценка и уверенность в себе [Furnham, 2014]. Недостаток денег **влияет на психическое здоровье, усиливает страх смерти** [Gasiorowska et al., 2018].



ДЕНЬГИ В СТРУКТУРЕ ЦЕННОСТЕЙ

Таблица 1. Результаты ранжирования ценностей личности (N=491)

ЦЕННОСТИ	РАНГ	M	SD
Семья	1	1,70	1,35
Деньги	3	3,59	1,71
Здоровье	2	2,58	1,33
Вера	7	6,01	2,36
Интересная работа	5	5,11	1,57
Друзья	6	5,66	1,56
Любовь	4	5,04	2,06
Слава, признание	9	7,70	1,31
Творчество	8	7,61	1,66



На фоне кризисов и во время крупных общественных бедствий – войн, гибели цивилизаций и политических систем – обычно активизируются иррациональные формы психического, в частности, архетипы и мифы.

Архетип – это матрица в неосознаваемом, которая заставляет нас действовать тем или иным образом. Будучи психологическим феноменом архаичного происхождения, он «питает наше мифологическое мышление». Мифы, в свою очередь, поддерживают архетипические структуры, помогая обществам сохранять традиции и культуру, передавая через символы коллективные ценности и жизненные сценарии [Кафтанджиев, 2016, с.20].

Мифы предлагают *простые объяснения сложных явлений, снимая тревожность и неопределенность*. В наполненные неопределенностью моменты с помощью мифов люди пытаются выразить и объяснить события, которые не поддаются их контролю [там же].

Кроме того, мифы и, как следствие, стереотипы, экономят энергию, но редуцируют процессы отражения внешнего мира, что относится и к мифам о деньгах [Дейнека, 2013], которые порождают противоречивость регуляторных возможностей денег в жизни человека.



Методы.

Был разработан опросник «Мифы о деньгах» (МоД) в котором дихотомия отражения феномена денег «добро/зло» представлена разнообразно (как добро: решение проблем, перспективы, потенциал, успех, уверенность, власть; а как зло: опасность, амбивалентность, деформация смысла жизни личности, деформация межличностных отношений). α Кронбаха = 0,793.

Дополнительно использовались:

- новая шкала монетарного поведения (ШМП) А. Фёнэма и С. Гровера;
- методика «На что бы Вы решились ради денег?» А. Фёнэма.





Выборка и процедура

В онлайн исследовании приняли участие 625 человек, средний возраст респондентов 30,84 года ($SD = 12,95$), 37,4% мужчин и 62,6% женщин.

Сбор материала осуществлялся на платформах Анкетолог и Толока.



Миф о всемогуществе денег выражен цельно и четко (первый и наиболее весомый фактор).

Миф «деньги – зло» проявился неоднозначно, продемонстрировав структуру из трех факторов:

- деньги как *не безопасная ценность*,
 - деньги как *осуждение превращения их в смысл жизни*,
 - деньги как *протест против монетизации межличностных отношений*).
-



Взаимосвязь фактора «Миф о всемогуществе денег» с данными Новой шкалы монетарного поведения

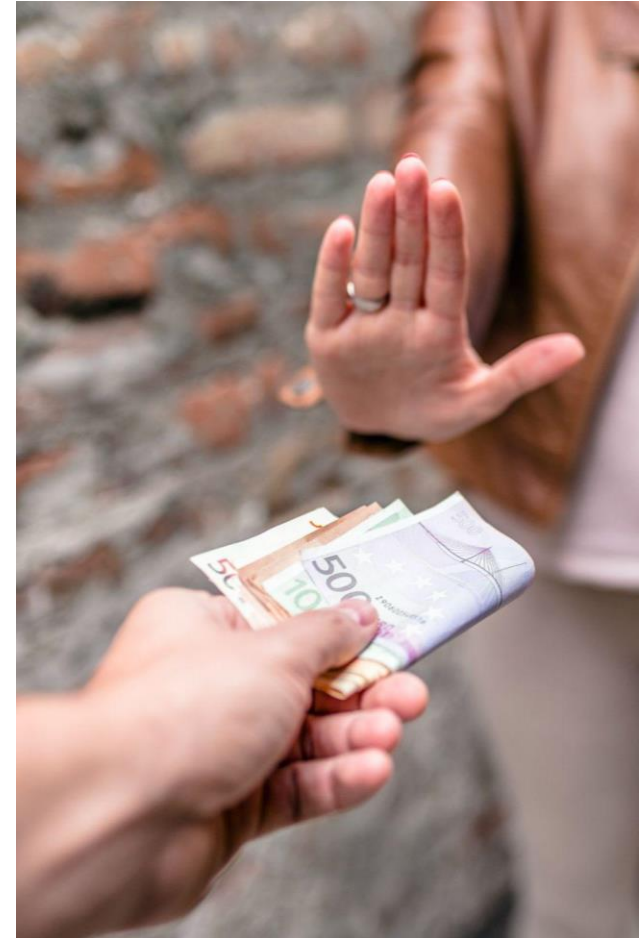
Параметры	Финансовая одержимость	Значимость денег для уважения	Деньги инструмент влияния	Финансовая тревожность
Я считаю, что все в мире продается и покупается	0,180***	0,212***	-	0,130***
Я считаю, что успех зависит от денег	0,182***	0,365***	0,196***	0,168***
Я смог(ла) бы всё, если бы был(а) богат(а)	0,250***	0,276***	0,329***	0,246***
Я стремлюсь быть ближе к богатым и успешным людям	0,180***	0,232***	0,266***	-
Я считаю, что чем больше денег, тем лучше	0,225***	0,438***	0,188***	0,200***
Я уверен(а), что деньгами движимы большинство людей и стран	0,188***	0,370***	-	0,199***
Я считаю, что деньги способны избавить от проблем	0,202***	0,393***	0,200***	0,198***

Примечание: *** означает вероятность ошибки $p < 0,001$.



Психологический диагноз мифологичности монетарного сознания респондентов выявил культурно специфическую картину: приписывая другим людям и странам высокую ценность денег, желая их иметь, респонденты в большинстве своем осуждают нечестно заработанные деньги и нарушение правовых норм ради них, а также межличностную коммуникацию по расчету, и не считают их смыслом жизни.

P.S. Итак, деньги не могут многого.





Связь мифов о деньгах и этики монетарного поведения

На что вы готовы ради денег?	Миф «всемогущество денег»			Миф «деньги - зло»	
	Я считаю, что успех зависит от денег	Я смог(ла) бы всё, если бы был(а) богат(а)	Я стремлюсь быть ближе к богатым и успешным людям	Я считаю, что все беды от денег	Нечестно заработанные деньги следует осуждать
Жениться (выйти замуж) по расчёту	0,190***	0,292***	0,180***	0,146***	-0,144***
Иметь сексуальный контакт с незнакомым человеком (один раз)	0,110**	0,189***	0,153***	0,189***	-0,142***
Обмануть бизнес-компаньона	0,107**	0,216***	0,209***	0,184***	-0,190***
Украсть что-либо	0,079*	0,182***	0,133***	0,202***	-0,198***
Расстаться с супругом (ой), boy(girl) friend	0,129***	0,165***	0,127***	0,133***	-0,142***
Уехать в другую страну	0,261***	0,256***	0,268***	-	-
Выполнять работу, которая не нравится	0,198***	0,156***	0,142***	-	0,091*
Дать взятку	0,161***	0,155***	0,123**	0,154***	-0,183***
Получить взятку	0,144***	0,146***	0,140***	0,134***	-0,215***

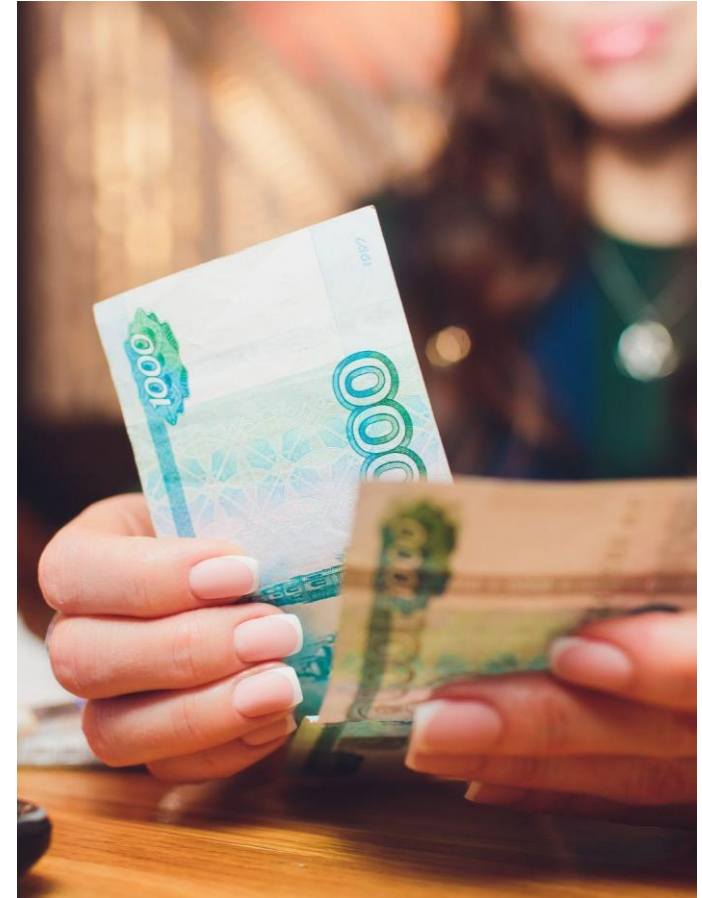
Примечание: * означает вероятность ошибки при $p < 0,05$, ** при $p < 0,01$, *** при $p < 0,001$.



А что они могут (новые исследования)?

Прайминг денег *повышает уверенность в своих силах и стимулирует активное поведение, направленное на достижение целей.* Напоминание о деньгах или их символы способствует усилению независимости, автономии и склонности к решению сложных задач, большей ориентации на собственные успехи, что связано с активацией ресурсов самоконтроля и самооценки (см.: [Ranyard, 2017]).

Однако, наряду с этим, существует и негативный эффект: *прайминг денег может снижать эмпатию и готовность к сотрудничеству, помощи, благотворительности,* так как фокусирует внимание на личных интересах и индивидуальных достижениях.





ВЫВОДЫ

Для диагностики: и гипертрофированное преувеличение роли и могущества денег, и гипербализация зла от денег показали положительную корреляцию с готовностью нарушать моральные и правовые нормы.

В практической деятельности:

- можно грамотно использовать прайминг денег;
- опираться на типологический подход

Р.С. Дейнека О.С. Хозяйственно-психологические типы в практике управления / Бизнес-психология в международной перспективе / Под ред. Н.Л. Ивановой (отв. Ред.). М.: Университетская книга. 2016. С. 439-449.



Санкт-Петербургский
государственный
университет
www.spbu.ru

БЛАГОДАРИЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

