

Психосемантический анализ мотивации денежного поведения

Научный руководитель – Митина Ольга Валентиновна

Дедюкина Елена Александровна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра общей психологии, Москва, Россия

E-mail: yourdream013@mail.ru

Поведение человека во многом определено его мотивационной сферой. В психологии мотивации В.К. Вилюнас выделяет два основных акцента, которые делают исследователи в своих работах: содержательный аспект мотивации и динамический аспект. В первом случае исследуется содержание того, что способно мотивировать человека, а во втором подчеркиваются процессуальные особенности мотивации, энергетическая сторона регуляции деятельности. Однако энергия должна быть управляемой и мотивационный процесс как результат взаимодействия некоторых структурных образований, а механизмы динамики наполняются предметным содержанием [1].

В теории А.Н. Леонтьева [2] акцент делается на предметном содержании мотивации. Мотив понимается как предмет потребности, материальный или идеальный объект, в котором потребность конкретизируется, опредмечивается. Именно внешний по отношению к субъекту объект является, по А.Н. Леонтьеву, мотивом — причиной деятельности, выступающим в побудительной функции и задающим направленность этой деятельности. Смыслообразующая функция мотива задается личностным смыслом, который приобретает этот мотив в сознании субъекта.

В денежном поведении деньги сами по себе не являются предметом потребности, таковым могут выступать как материальные, так и нематериальные явления, например, приобретение различных вещей, получение услуг, или удовлетворение чувства голода, а также власть, самоуверенность, приобретение независимости.

В таком случае деньги лишь отображают энергетическую сторону мотивации денежного поведения, служащие объективным маркером. В английском языке существует поговорка *money talks*, что в переводе означает - деньги говорят. Они могут говорить об истинных целях, мотивах поведения человека, о том что ему действительно дорого или важно.

Исследование мотивации денежного поведения проводилось в рамках психосемантического подхода. Методы экспериментальной психосемантики используются для измерения индивидуальной системы субъективных значений различных объектов для человека. Экспериментальная психосемантика возникла на границе разделов семиотики, психолингвистики, психологии восприятия и личности. В России развил это направление Петренко В.Ф. [4, 5]

Выборку исследования составили студенты г. Ташкент, представители русской и узбекской национальности, обоих полов, в возрасте от 19 до 27 лет (ср. знач.= 21,57; std. откл.= 1,49). В пилотажном этапе приняли участие более 150 человек, в основной части исследования - 51 человек (25 девушек и 26 парней).

В целях более достоверной диагностики мотивации личности нами была разработана психосемантическая методика. Эта методика опирается на предположение о деньгах как о всеобщем эквиваленте. Можно сказать, что денежное поведение, затрагивая глубинный уровень мотивационной структуры личности, в определенной степени может быть рассмотрено как эквивалент любого другого поведения.

Используемая методика является атрибутивной, где сопоставляются мотивы и поступки денежного поведения. Методика представляет собой таблицу из мотивов, которые респондент должен атрибутировать поступкам, связанным с денежным поведением. В качестве мотивационных конструкторов помимо основных (ценностей Шварца и Рокича [3]) были использованы различные мотивационные конструкторы связанные именно с денежным поведением, выделенные нами эмпирически в ходе пилотажного опроса.

Каждая психосемантическая матрица в отдельности была подвергнута анализу методом главных компонент, в результате выявлено различное строение индивидуальных мотивационных структур. Обнаружены когнитивно сложные и когнитивно простые структуры мотивации денежного поведения. В большинстве своём были выделены 1-2 фактора, однако встречались и высоко дифференцированные структуры (8-12 факторов).

При интерпретации всех выделенных факторов нами были обнаружены 3 основные оппозиции :

- 1) *Мотив приоритета индивидуальных ценностей - Мотив приоритета социальных ценностей;*
- 2) *Мотив обладания - Мотив бытия;*
- 3) *Ориентация на настоящее - Ориентация на будущее.*

При интерпретации мотивационных блоков *Мотив обладания* и *Мотив бытия* мы опирались на концепцию Э. Фромма [7] ; мотивационные блоки *Мотив приоритета индивидуальных ценностей - Мотив приоритета социальных ценностей* фигурируют в концепции Ш.Шварца ; группа мотивов *Ориентация на настоящее - Ориентация на будущее* составляют основу учения Ф.Зимбардо [6].

Толкование выделенных факторов представляет собой различные комбинации указанных направлений. В большей степени преобладают первые две оппозиции, ориентация на будущее встречается реже. Что касается в целом интерпретируемости факторов, то выявлена тенденция в затруднительности объяснения с увеличением количества факторов. Почти во всей группе респондентов со сложно дифференцируемой мотивационной структурой половина из выделенных факторов не поддаётся интерпретации. Можно предположить, что это связано с низкой осознанностью мотивационной сферы денежного поведения.

Источники и литература

- 1) Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека.—М.: Изд-во МГУ, 1990.—288 с.
- 2) Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы, эмоции. М., 1971.
- 3) Митина О.В., Сорокина В.В. Ценности старшеклассников : разработка компьютерного диагностического инструментария // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология, издательство Изд-во Моск. ун-та (М.), 2015, № 1, с. 42-59.
- 4) Петренко В.Ф. Основы психосемантики. М., 2005.
- 5) Петренко В.Ф., Супрун А.П. Психосемантический подход к проблеме мотивации // Развитие личности Development of personality. — 2015. — № 3. — С. 158–177.
- 6) Сырцова А., Митина О.В., Бойд Дж., Давыдова И.С., Зимбардо Ф. и др. Феномен временной перспективы в разных культурах (по материалам исследований с помощью методики ZTRP)./ Культурно-историческая психология. №4, 2007.
- 7) Фромм Э. Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или быть?: Пер. с англ. - Киев: Ника-Центр, 1998. - 400 с.