

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ К ДЕНЬГАМ МЕТОДОМ АНАЛИЗА АССОЦИАЦИЙ У ВОЕННОСЛУЖАЩИХ

DOI: 10.25629/НС.2019.07.12

Носов А.В.¹, Некрасова Е.А.²

¹РАНХ и ГС при Президенте РФ

²Военный университет Министерства обороны РФ

Россия, Москва

Аннотация. Организация военно-политической работы с военнослужащими на современном этапе требует адекватного понимания структуры мотивации служебной деятельности. Отношение к деньгам, по мнению многих исследователей, является весомым компонентом мотивации служебного поведения и деятельности военнослужащих, а также играет важную роль в обеспечении психологического благополучия человека в современном обществе. Понимание структуры, содержания и компонентного состава субъективных представлений о деньгах в сознании военнослужащих позволит повысить эффективность психологического сопровождения военной службы в современных условиях.

Предметом исследования в статье является структура и содержание компонентов субъективного отношения к деньгам у курсантов ВВУЗов и военнослужащих МО РФ. Исследование проведено методом ассоциативного эксперимента, что обеспечило снижение влияния на результаты исследования стремления военнослужащих демонстрировать социально одобряемые формы поведения и повысить достоверность результатов. При анализе результатов исследования применялись методы статистической и логической кластеризации. В работе выявлены основные группы понятий (15 групп ассоциаций), составляющие тезаурус испытуемых по отношению к понятию «деньги». Выделенные группы понятий оценены по значимости в структуре и объединены в компоненты («фактические доходы и траты», «влияние и комфорт», «эмоциональное отношение»), описывающие субъективное отношение к деньгам, у испытуемых. Выводы касаются определения ведущих у данной категории испытуемых компонентов и формирования гипотезы о дальнейшем использовании полученных результатов.

Ключевые слова: отношение к деньгам, контент анализ, кластерный анализ, представления о деньгах, группы ассоциаций, компоненты отношения к деньгам.

Введение в проблему

Деньги играют важную роль в жизни каждого человека и как любые значимые объекты будучи включены в нашу жизнедеятельность, не всегда улучшают качество нашей жизни, зачастую, их неумелое использование приводит к депрессиям, суицидальным намерениям и семейным конфликтам. Военнослужащие не являются исключением в этом отношении, поэтому в контексте становления военно-политической работы исследование структуры и содержания их субъективных представлений о деньгах и роли денег в системе профессиональной и служебной мотивации приобретает особую значимость.

В основе умений и навыков функционирования в сфере экономических отношений [1] лежит отношение к деньгам [3], которое сформировано у человека, в процессе его социализации и накопления жизненного опыта [17]. Характер и особенности влияния отношения к деньгам на поведение и служебную деятельность во многом определяются тем, какие смыслы вкладываются человеком в понятие «деньги», каково содержание этой категории у конкретной личности [8].

Анализ исследований

Деньги – явление не только экономическое, но и глубоко социальное [12, с. 6], что приводит к актуальности их изучения в психологии. Социальные качества и особенности денег проявляются в их символическом значении и представленности как объекта в сознании человека.

Именно символическая и смыслообразующая функция денег является фокусом внимания в психологической науке. Деньги не рассматриваются в психологии непосредственно, как они есть, а в их приложении к человеку, как объект отношения, роль в социальных отношениях, фактор, влияющий на профессиональную деятельность. Отношение к деньгам – это субъективная сторона действительности [12].

В отечественной психологии отношение к деньгам попало в зону пристального внимания в 90-е гг. Много в области изучения и обобщения исследований об отношении к деньгам внес, Семенов М.Ю. [12, с.7]. Так же реперными точками стало публикация книги Арона Белкина «Запах денег» (1999 г.) и работы представителей Ярославского госуниверситета им. П.Г. Демидова, так же опубликованные в 1999 году («Люди и деньги»), а так же работы Дейнека О.С. и статьи Фенько А.Б. [15] опубликованные в 2000 г.

При рассмотрении отношения к деньгам разные исследователи фокусировали свой взгляд на разных аспектах данной темы. Николенко Ю. С. уделила внимание структуре и содержанию образа денег у студентов, Енин В.В. в своей диссертации описал особенности отношения к деньгам в зависимости от конституционально-психотипа. Алавидзе Т.Л. изучил социально-психологические аспекты оперирования деньгами в период нестабильности. Отдельного упоминания заслуживают исследования, относящиеся, собственно, к изучению особенностей отношения к деньгам, так Семенов М.Ю. рассматривает его в зависимости от уровня зрелости личности, Муравьева П. А. связывает с выполняемыми экономическими ролями, Капустин А. А. от принадлежности к социальной группе. Отдельно можно выделить работы, которые посвящены изучению ценностно-смыслового аспекта отношения к деньгам: Письменова А. А. выявила «особенности монетарного поведения субъектов в связи с конфликтностью их ценностно-смысловых отношений к деньгам» [11], Махрина Е. А. характеризовала «ценностно-смысловые аспекты отношения к деньгам у представителей социономических профессий» [10].

Таким образом, ознакомившись с текущими исследования, посвященными проблеме отношения к деньгам, отметим, что под отношением к деньгам психологи подразумевают «устойчивое психологическое отношения субъекта к объекту, в которых объект презентуется в сознании субъекта как желательный, должный, совершенный (ценность), либо как занимающий определенное место, играющий роль, имеющий функциональное назначение (актуальная цель, средство) в жизнедеятельности субъекта, в реализации тех или иных его потребностей и ценностей» [11].

Деньги постоянно присутствуют в жизни человека, как атрибут экономического и иного взаимодействия людей [5]. Следует отметить, что в многочисленных исследованиях доказана слабая связь между уровнем материального достатка и удовлетворенностью благосостоянием [16], следовательно, деньги в психологического контексте исследования отношения к ним – это и объект материального мира, взаимодействие с которым необходимо для существования в социуме. Однако, деньги – это объект психологической реальности каждого отдельного субъекта, наделяемый различными смыслами [9] и функциями.

В психологической науке уже сложилась традиция изучать содержание понятия деньги и тождественные с ним через ассоциации [13, 14]. Изучив содержание и структуру понятия «деньги» у человека [4], мы можем не только понять особенности того или иного его поведения в профессиональной сфере [6], в частности, злоупотребления неадекватными текущей ситуации финансовыми продуктами [7], но и определить приоритетные направления, работы по психопрофилактике и психокоррекции данного явления [2].

Цель исследования

Целью исследования является определение содержания, структуры и компонентного состава субъективных представлений о деньгах в сознании военнослужащих путем анализа ассоциаций.

Гипотеза

Субъективное представление о деньгах у современных военнослужащих складывается в иерархически связанную структуру, включающую рациональные и иррациональные (эмоциональные) компоненты, отражающие субъективные предпочтения и смысловые нагрузки лежащие в основе формирования отношения к деньгам.

Задачи

1. Выявить методом анализа ассоциаций тезаурус понятий, связанных у военнослужащих с понятием «деньги».

2. Определение путем кластеризации структуры и соотношения компонентов, отражающих субъективные предпочтения и смысловые нагрузки понятия «деньги» в сознании военнослужащих.

Методы

Для достижения поставленных задач и проверки гипотезы были применены количественные и качественные методы сбора и анализа данных – контент-анализ, методы логико-семантического анализа, кластерный анализ.

Организация исследования

На первом этапе на выборке в 112 военнослужащих был сформирован тезаурус понятий, полученных методом выявления ассоциаций, связанных с понятием «деньги» у военнослужащих. Процедура предусматривала выявление 10 ассоциаций на слово «деньги» у каждого испытуемого. На следующем этапе методами контент-анализа, кластерного анализа были выделены структурные компоненты субъективных представлений о деньгах в сознании военнослужащих и определено их соотношение.

Результаты и их обсуждение

В результате анализа тезауруса ассоциаций путем контент-анализа и логико-семантического исследования были выделены 15 групп ассоциаций, отражающих основные предпочтения и смысловые нагрузки, формирующие отношение к деньгам у военнослужащих. Полученные группы составляют слова, используемые испытуемыми для понимания своего отношения к деньгам и формирования соответствующего поведения.

Полученные группы понятий могут быть интерпретированы как – «потребности» (группа, объединяющая термины обозначающие различные потребности требующие удовлетворения), «достаток» (понятия, характеризующие уровень материального достатка), «влияние» (отражает возможности изменения условий существования и поведения окружающих), «возможности» (характеризуют особенности достижения поставленных целей при помощи денег), «положительные эмоции» (связаны с проявлением позитивного эмоционального отношения к деньгам), «отрицательные эмоции» (проявление негативных эмоций в связи с деньгами), «подарки и помощь» (отражают получение денег в качестве подарков или помощи от других), «роскошь и блага» (термины характеризующие предметы роскоши и сверх потребления), «отдых и развлечения» (упоминание видов отдыха и различных развлечений) «финансовые термины» (специальные термины, используемые в сфере финансов), «прямые ассоциации» (понятия прямо обозначающие деньги) «общие ассоциации» (понятия максимально общие, относящиеся к различным сферам), «траты» (направления траты полученных средств в том числе необходимые, регулярные и обязательные), «работа» (отражают различные виды трудовой деятельности и связанные с нею понятия), «источник» (возможные источники получения средств, не связанные с получением подарков и помощи).

Анализ частоты встречаемости понятий, относящихся к различным группам (диаграмма 1), показывает неравномерность распределения.

Как видно из диаграммы 1 наиболее часто встречались слова, относящиеся к отдыху и развлечениям (11,54%), на втором месте по частоте стоят различные финансовые термины (9,86%), а на третьем слова, характеризующие различные блага и объекты роскоши (9,37%). Наименее представлены понятия касались различных трат (например, бензин, квартплата,

налоги) – 2,86%, источники денег (например, зарплата, премия, пенсия, выигрыш) – 3,45% и подарки 3,45%.

Таким образом, наиболее часто ассоциации, к слову, «деньги» отражают приятные и положительные стороны этого предмета, связанные с достатком, возможностями, влиянием, то есть получением удовольствия и удовлетворении потребностей.

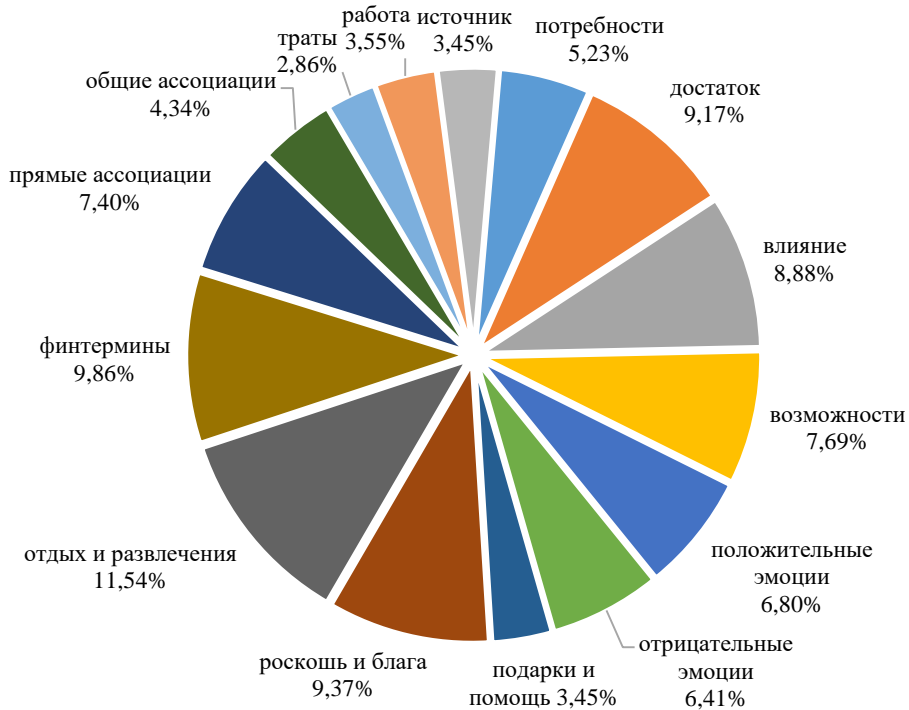


Диаграмма 1 – Частота встречаемости групп понятий

Однако частота встречаемости не может полностью отразить роль и место каждой группы в системе преставлений о деньгах у военнослужащих. для этого группы понятий оценивались по количеству составлявших их понятий и рангу – месту в системе ассоциаций конкретного военнослужащего при воспроизведении, а также по рангу – месту в общей системе понятий, характеризующих представление о деньгах в целом (таблица 1).

Рассматривая соотношение среднего ранга понятий, входящих в группу к частоте упоминания понятий, составляющих эту группу в общем тезаурусе можно определить ее весовые характеристики. Анализ показывает, что наиболее важными, то есть чаще упоминаемыми на первых местах в индивидуальных списках являются группы понятий, характеризующие траты (5,036471), работу (5,812076), подарки и помощь (5,880376), а также источники доходов (6,347479). Второй по степени важности для испытуемых оказалась группа представлений, связанных с эмоциональными переживаниями по поводу денег - потребности (9,120633), отрицательные эмоции (11,00389), положительные эмоции (12,39892), возможности (13,95598), сюда же можно отнести общие ассоциации (8,101639) и прямые ассоциации (15,2439). Третью по значимости группу составили финансовые термины (18,79699), влияние (18,88376), роскошь и блага (19,41152), достаток (19,57895), отдых и развлечения (21,35816).

Таблица 1 – Характеристики групп понятий, ассоциирующихся с понятием деньги у военнослужащих

п/п	Название подгрупп	Количество понятий	Средний ранг	Ранг системе
1	потребности	53	5,811	9,120633
2	достаток	93	4,75	19,57895
3	влияние	90	4,766	18,88376
4	возможности	78	5,589	13,95598
5	положительные эмоции	69	5,565	12,39892
6	отрицательные эмоции	65	5,907	11,00389
7	подарки и помощь	35	5,952	5,880376
8	роскошь и блага	95	4,894	19,41152
9	отдых и развлечения	117	5,478	21,35816
10	финансовые термины	100	5,32	18,79699
11	прямые ассоциации	75	4,92	15,2439
12	общие ассоциации	44	5,431	8,101639
13	траты	29	5,758	5,036471
14	работа	36	6,194	5,812076
15	источник	35	5,514	6,347479

Рассматривая соотношение среднего ранга понятий, входящих в группу к частоте упоминания понятий, составляющих эту группу в общем тезаурусе можно определить ее весовые характеристики. Анализ показывает, что наиболее важными, то есть чаще упоминаемыми на первых местах в индивидуальных списках являются группы понятий, характеризующие траты (5,036471), работу (5,812076), подарки и помощь (5,880376), а также источники доходов (6,347479). Второй по степени важности для испытуемых оказалась группа представлений, связанных с эмоциональными переживаниями по поводу денег - потребности (9,120633), отрицательные эмоции (11,00389), положительные эмоции (12,39892), возможности (13,95598), сюда же можно отнести общие ассоциации (8,101639) и прямые ассоциации (15,2439). Третью по значимости группу составили финансовые термины (18,79699), влияние (18,88376), роскошь и блага (19,41152), достаток (19,57895), отдых и развлечения (21,35816).

Далее нами была проведена кластеризация полученных 15 групп с использованием метода межгрупповых связей. Анализ проводился с использованием программы SPSS (рисунок 1).

Анализируя результаты кластеризации нами было выделено три компонента складывающихся в отношении к деньгам. Первый компонент включил в себя группы: «подарки и помощь», «траты», «работа», «источник», «потребности», «общие ассоциации» и получил название «деньги – фактические доходы и траты». Второй компонент включил в себя группы: «возможности», «положительные эмоции», «отрицательные эмоции», «прямые ассоциации» и получил название «деньги – эмоциональная оценка». Третий компонент включил в себя группы: «достаток», «влияние», роскошь и блага», «финансовые термины», отдых и развлечения» и получил название «деньги – влияние и комфорт».

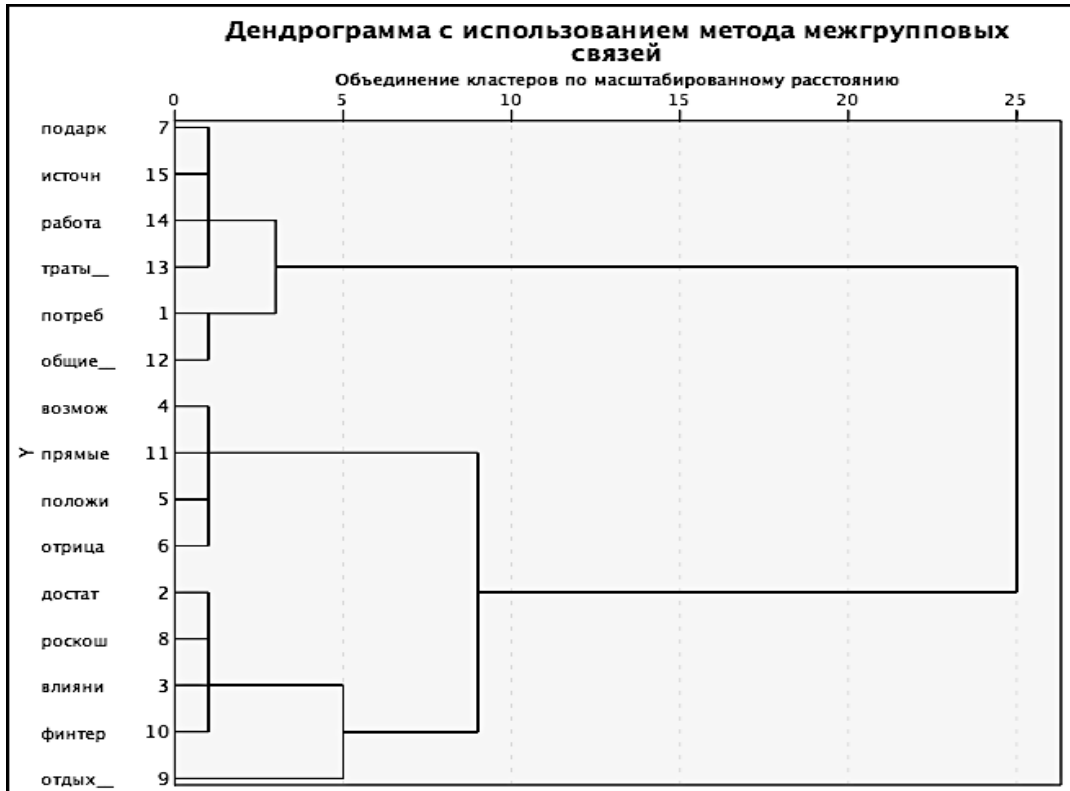


Рисунок 1 – Кластеризация групп понятий

На диаграмме 2 представлено процентное соотношение выделенных компонентов по частоте упоминания в массиве данных.

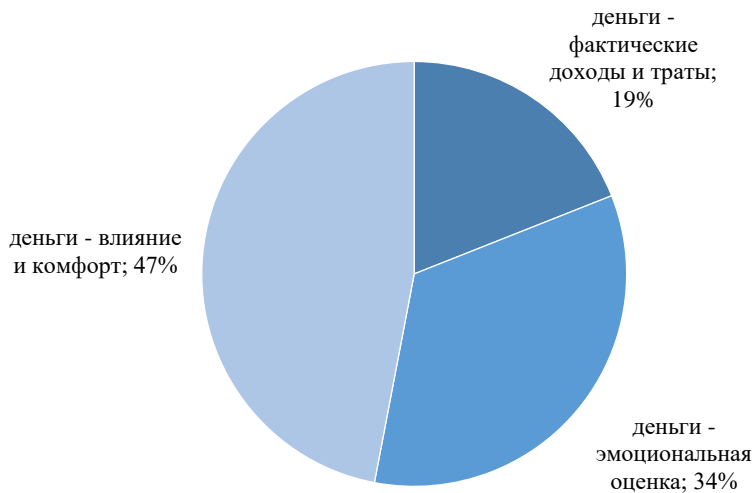


Диаграмма 2 – Соотношение компонентов отношения к деньгам

Подобное распределение частоты упоминаний, как видно на диаграмме 2, можно интерпретировать следующим образом: наиболее часто встречаются ассоциации, относящиеся к компоненту «деньги – влияние и комфорт», показывающие возможности денег как средства достижения или обладания желаемыми благами, что согласуется с формированием потребительского восприятия реальности. На втором месте по частоте упоминания оказывается компонент «деньги – эмоциональная оценка», отражающий эмоциональные реакции по отношению к деньгам у субъекта. Наименее представлен компонент - «деньги – фактические доходы и траты», что может быть связано как с большим отрывом представления о деньгах от реальности, так и с невысокой финансовой грамотностью, в связи с чем в представлениях субъектов недостаточно разнообразных понятий, отражающих пути и способы получения денег.

Для определения значимости каждого компонента для испытуемых приведем гистограмму, иллюстрирующую средний ранг упоминаний по каждому компоненту (диаграмма 3).

Из рис. 4 видно, что при формировании ассоциаций, сначала используются слова, относящиеся к компоненту «деньги – фактические доходы и траты», рационально характеризующие то откуда получаются и куда тратятся деньги, затем возникают эмоциональные оценки денег, и только после этого упоминаются слова, характеризующие «красивую жизнь». При этом «деньги – фактические доходы и траты» хотя и стоят на более высоких метках по рангу, но характеризуются очень малым объемом, «деньги – эмоциональная оценка» упоминаются чаще, но после первого компонента, а компонент «деньги – влияние и комфорт» стоит на последних местах в рейтинге, но значительно преобладает по объему.

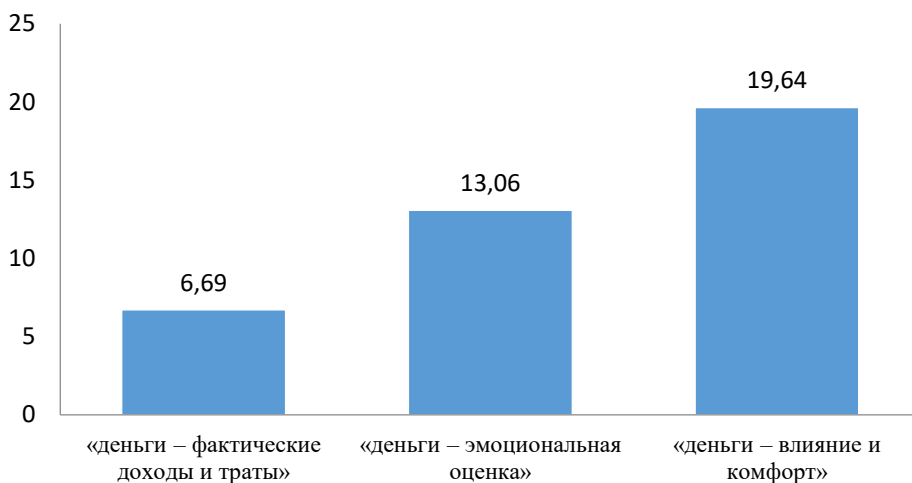


Диаграмма 3 – Средний ранг компонентов отношения к деньгам

Выводы

В качестве вывода необходимо отметить, что количественное соотношение компонентов понятия «деньги» показывает наличие противоречия между рациональным представлением об источниках получения денег, а также тратах, которые необходимы для нормального функционирования и иррациональным представлением об использовании денег в основном для получения удовольствия и удовлетворения потребностей. При недостаточно дифференцированном представлении об источниках получения средств акцент на использовании их для удовлетворения потребностей может служить причиной отклонений в поведении. Кроме того, полученные результаты позволяют предположить, что существует оптимальное отношение параметров компонента «деньги – фактические доходы и траты» и компонента «деньги – влияние и комфорт», изменение которого приводит к деструктивным изменениям в поведении человека.

Литература

1. Психологические факторы принятия решений в сфере финансов / Анненкова Н.В., Буянова С.М., Гагарина М.А., Камнева Е.В., Коробанова Ж.В., Лебедев А.Н., Мальсагова К.Б., Мужичкова Ю.Е., Полевая М.В., Смургина А.А. М.: ООО СВИВТ, 2017. 172 с.
2. Булгаков А.В., Митасова Е.В. Психологическая реабилитация: возвращение к реальности. М.: МГОУ. 2018. 148 с.
3. Голубева Е.В. Отношение к деньгам как аспект психологической суверенности // Вестник Самарского муниципального института управления. 2012. №1. С. 51-56.
4. Журавлева Н.А. Ценностные факторы отношения личности к деньгам // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития. Отв. ред. А. Л. Журавлёв, В. А. Кольцова. М.: Институт психологии РАН, 2017. С. 706-713.
5. Злотковская А.В., Титова О.И. Взаимосвязь психологического благополучия и отношения к деньгам у людей разных профессиональных групп // Молодёжь Сибири – науке России. Материалы Международной научно-практической конференции. Красноярск: Сибирский институт бизнеса, управления и психологии. 2014. С. 137-139.
6. Климова Е.М. Выбор как заключительный этап процесса принятия решения // Личность в современных исследованиях. Материалы V Межрегиональной научно-практической конференции. Рязанский государственный медицинский университет имени академика И.П. Павлова Федерального агентства по здравоохранению и социальному развитию; Международная академия психологических наук; Рязанское отделение Российского психологического общества. 2005. С. 48-53.
7. Комашева Ю.С., Косточка Ю.О. Факторы кредитного поведения молодежи // Молодежь и системная модернизация страны. Сборник научных статей Международной научной Конференции студентов и молодых ученых: в 2-х томах. Ответственный редактор Горохов А.А. 2016. С. 244-247.
8. Кочетков Н.В. К вопросу об отношении к деньгам студентов-психологов // Проблемы современного образования. 2017. №3. С. 33-38.
9. Крутелёва Л.Ю. Смысложизненные стратегии современной молодежи // Северо-Кавказский психологический вестник. 2008. №1. С. 18-21.
10. Махрина Е.А. Виды и характеристики ценностно-смысловых отношений к деньгам у представителей социономических профессий: автореф. канд. психол. наук. Ростов н/Д, 2006. 24 с.
11. Письменова А.А. Особенности монетарного поведения субъектов в связи с конфликтностью их ценностно-смысловых отношений к деньгам: автореф. дис. канд. психол. наук. Ростов н/Д, 2011. 26 с.
12. Семенов М.Ю. Деньги и люди: психология денег в России: монография. Киев: Просто-бук, 2011. 149 с.
13. Семенов М.Ю. Исследование понятия "деньги" методом ассоциативного эксперимента // Вестник Омского университета. 2003. №3. С. 139.
14. Семенов М.Ю. Психосемантическое исследование понятия "деньги" // Омский научный вестник. 2006. №8 (45). С. 296-299.
15. Фенько А.Б. Психологический анализ отношения москвичей к деньгам // Психологический журнал. 2004. №2. С. 34-42.
16. Хашченко В.А. Социально-психологическая детерминация субъективного экономического благополучия: автореф. дисс. док. психол. наук. М., 2012. 51 с
17. Чмыхова Е.В., Терехин А.Т., Михно О.С. Изучение динамики накопления знаний людьми в течение жизни // Социология образования. 2009. №9. С. 70-86.

Носов Алексей Владимирович. E-mail: av-nosov@mail.ru

Некрасова Екатерина Александровна. E-mail: kariffa@yandex.ru

Дата поступления: 12.06.2019

Дата принятия к публикации 10.07.2019

**STUDY OF THE ATTITUDE TO MONEY AMONG THE MILITARY PERSONNEL BY
THE METHOD OF ASSOCIATION ANALYSIS**

DOI: 10.25629/HC.2019.07.12

Nosov A.V.¹, Nekrasova E.A.²

¹Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

²Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation
Russia, Moscow

Abstract. The organization of military-political work with military personnel at the present stage requires an adequate understanding of the structure of motivation for service activities. Attitude to money, according to many researchers, is a significant component of the motivation of official behavior and activities of military personnel, and also plays an important role in ensuring the psychological well-being of a person in modern society. Understanding the structure, content and composition of subjective perceptions about money in the minds of military personnel will improve the effectiveness of psychological support for military service in modern conditions.

The subject of research in the article is the structure and content of the components of the subjective attitude to money among cadets of higher educational institutions and servicemen of the Ministry of Defense of the Russian Federation. The study was conducted by the method of associative experiment, which provided a reduction in the impact on the results of the study of the desire of servicemen to demonstrate socially approved forms of behavior and increase the reliability of the results. When analyzing the results of the study, the methods of statistical and logical clustering were used. The paper revealed the main groups of concepts (15 groups of associations) that make up the thesaurus of the subjects in relation to the concept of "money". Dedicated groups of concepts are evaluated by their significance in the structure and combined into components ("actual incomes and expenditures", "influence and comfort", "emotional attitude") describing the subjective attitude to money in subjects. The conclusions concern the definition of the leading components of this category and the formation of a hypothesis about the further use of the results obtained.

Keywords: attitude to money, content analysis, ideas about money, psychology of money, perception of money, content of attitude to money.

Nosov Alexey Vladimirovich. E-mail: av-nosov@mail.ru

Nekrasova Ekaterina Alexandrovna. E-mail: kariffa@yandex.ru

Date of receipt 12.06.2019

Date of acceptance 10.07.2019