

Ryszarda Socha, 3 lutego 2015

Jak pieniądze zmieniają ludzi

Człowiek przeceniony

Jak to się dzieje, że myśląc o pieniądzach – myśli się lepiej o sobie.

Artykuł dostępny tylko dla abonentów Polityki Cyfrowej

Lekturę niedawno wydanej książki dr hab. Agaty Gąsiorowskiej „Psychologiczne znaczenie pieniędzy. Dlaczego pieniądze wywołują koncentrację na sobie?” warto zacząć od końca, czyli wielostronicowej bibliografii, by uświadomić sobie skalę zainteresowania pieniędzmi ze strony nauk społecznych w ciągu ostatniego dwudziestolecia.

Jak wpływają?

O tym, że pieniądze mają wymiar nie tylko ekonomiczny, że nie tylko ułatwiają wymianę handlową i przechowywanie majątku, ale bywają celem samym w sobie i odmieniają człowieka, wiemy nie od dziś. Jan Kochanowski pod koniec XVI w. pisał: „Ale kto ma pieniądze, ten ma wszystko w ręku:/Jego władza, jego są prawa i urzędy;/On gładki, on wymowny, on ma przodek wszędy”. Dziś wiadomo, że na stan ludzkich umysłów wpływa nie tylko posiadanie realnych pieniędzy, trzymanie ich w ręku czy patrzenie na nie, ale sama myśl o nich. Właśnie ta ich tajemna moc była w ostatnich latach przedmiotem rozlicznych eksperymentów.

Badani nie wiedzą zwykle, jaki jest prawdziwy cel eksperymentu. Na przykład mówi się im, że chodzi o spostrzegawczość, o zdolność zapamiętywania, o weryfikację umiejętności liczenia. A naprawdę chodzi o wzbudzenie myśli o pieniądzach, zwane przez badaczy aktywowaniem idei pieniędzy. Pieniądze w realnej postaci, czasem są pokazywane na obrazku czy filmie, mogą widnieć jako tło na papierze, na którym wydrukowano kwestionariusz wypełniany przez uczestników.

Okazuje się, że mając pieniądze w głowie, ludzie bardziej wytrwale pracują nad trudnymi zadaniami. Nie proszą nikogo o pomoc w tej pracy. Ale też wolą spędzać wolny czas samotnie, utrzymywać większy dystans fizyczny od innych ludzi, mniej chętnie dzielą się z nimi swoim czasem i pieniędzmi. Wykazują mniejszą skłonność do przejmowania optyki drugiej osoby, niższy poziom współczucia. Oferują mniejsze kwoty na cel charytatywny, przesyłają mniej współgraczom w grze ekonomicznej, mniej chętnie dzielą się nagrodami. Ciekawe, że ta niechęć do dzielenia się obejmuje nie tylko osoby obce, ale także przyjaciół i bliskich. Ci, którzy wcześniej liczyli pieniądze, chcieli wydać mniej na podarki dla bliskich niż ci, którym do liczenia dano cukierki, a jednocześnie uważali, że im samym należą się prezenty droższe. Zmniejszenie gotowości do pomagania i dzielenia się z innymi po uruchomieniu myśli o pieniądzach zaobserwowano nie tylko u dorosłych, ale także u dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym.

To nie wszystko. Pieniądze powodują podwyższenie samooceny, pomagają znieść odrzucenie społeczne, ból fizyczny, utratę kontroli nad własnym życiem, a nawet lepiej sobie radzić z lękiem przed śmiercią (na lęk przed dentystą nie mają wpływu). Lęk przed śmiercią redukuje zarówno myśl o wydawaniu pieniędzy, jak i o ich oszczędzaniu. Pieniądze prowadzą także do zmiany przekonań – jak to określa Gąsiorowska – o fundamentalnej naturze świata społecznego. Chodzi o większą aprobatę dla systemu wolnorynkowego, o racjonalizowanie hierarchii społecznych i dyskryminacji słabszych grup, wreszcie o akceptację reguł wymiany handlowej nawet w odniesieniu do sfer, które zwykle ze względów moralnych wyjąkuje się spod reguł rynkowych (np. handel organami do transplantacji).

Dlaczego wpływają?

Bogate wyniki uzyskane eksperymentalnie sprawiają, że współczesnych badaczy przestają zadowalać wcześniejsze teorie pieniądza, definiujące jego naturę jako dualną: instrumentalną i symboliczną (teoria narzędzia i narkotyku czy teoria obiektu ze sfery sacrum i profanum). Chęć znalezienia spójnej interpretacji rezultatów rozlicznych badań przyświecała też Agacie Gąsiorowskiej. Podąża ona m.in. tropem Kathleen D. Vohs. Według tej znanej holenderskiej badaczki zaszczepienie myśli o pieniądzach uruchamia u ludzi tzw. orientację samowystarczalną (*selfsufficient orientation*) – stan, który polega na skupieniu się na własnych celach, nastawieniu na autonomię, zwiększoną wytrwałość i samodzielność. To ładniejsza strona medalu. Na brzydszą składa się: obojętność na potrzeby innych ludzi, niechęć do udzielania im pomocy, oparcie relacji społecznych na wymianie ekonomicznej; krótko mówiąc – rozmaite zachowania o charakterze egocentrycznym.

Autorem drugiej koncepcji, do której odnosi się Gąsiorowska, jest dr Wiesław Baryła (nasz rozmówca, patrz s. 6). Interesujące są zwłaszcza te eksperymenty Baryły, podczas których wywołanie myśli o pieniądzach zwiększało gotowość niesienia pomocy innym ludziom zamiast ją osłabiać. Czyli wynik badań przeciwny do tego, jaki uzyskiwała K.D. Vohs.

Sama Agata Gąsiorowska za podstawę psychologicznego znaczenia pieniędzy uważa coś innego: powodują one u człowieka koncentrację na sobie, własnych celach i własnym rozwoju, czyli wzmagają nastawienie egocentryczne. Jej zdaniem „samowystarczalność” z teorii Vohs jest wtórna wobec koncentracji na sobie. Owa koncentracja powoduje wzrost poczucia sprawczości i siły, co może skutkować odcinaniem się od innych ludzi, ale nie musi. Zdaniem Gąsiorowskiej teoria samowystarczalności nie tłumaczy, dlaczego myśl o pieniądzach powoduje zmniejszenie poczucia bólu fizycznego, stresu związanego z odrzuceniem społecznym czy lęku przed śmiercią. Ani dlaczego mężczyźni, którym wcześniej dano do przeliczenia duże kwoty, uważali, że zasługują na atrakcyjniejszą kobietę, a ci, którzy liczyli małe kwoty albo kawałki papieru, mieli oczekiwania skromniejsze. Może to być spowodowane właśnie koncentracją na sobie i własnych celach. Jeśli człowiek na pierwszym planie stawia swoje potrzeby, to może także przeceniać własne prawa.

Ciekawe jest też, jak zmienia się stosunek do pieniędzy, gdy eksperymentalnie wzbudza się w człowieku rozmaite stany. Zarówno osoby, u których wywołano myśl o niezależności, jak i te, u których było to poczucie bezsilności, zależności, braku autonomii, reagowały zwiększonym

pożądaniem pieniędzy (rysowały większe monety, skłonne były uczestniczyć w bardziej ryzykownych loteriach, oczekiwały wyższych gratyfikacji finansowych).

Kolejne badania pokazały, że pieniądze mogą poprawiać samoocenę, wzmacniać poczucie własnej wartości. Osoby o wysokiej samoocenie mniej cierpią z powodu wykluczenia, słabiej odczuwają ból, lepiej radzą sobie ze wzbudzonym eksperymentalnie lękiem przed śmiercią, dłużej pracują nad nierozwiązywalnymi zadaniami. I uważają, że zasługują na więcej. Te same efekty daje wywołanie myśli o pieniądzach. To tłumaczy, dlaczego ci, których samoocena była zagrożona, doświadczyli porażki, bardziej pożądali pieniędzy i nie chcieli się ich wyzbywać (np. mniej chętnie przeznaczali je na cele dobroczynne).

Podobny rezultat powoduje samo wspomnienie porażki. Gąsiorowska podkreśla, że myśl o pieniądzach wzmacnia ludzi wtedy, gdy coś się nie uda; gdy wszystko układa się dobrze – pieniądze są dość obojętne.

Na kogo wpływają silniej?

Z doświadczenia życiowego wiemy, że są ludzie, którzy rządzą swoimi pieniędzmi, i są tacy, których to one wyraźnie trzymają w swej władzy. Ale u wielu osób nie jest to do końca czytelne – ot, czasem tak, czasem siak. Autorka kilka lat temu obroniła pracę doktorską „Różnice indywidualne jako determinanty postaw wobec pieniędzy”. Efektem owych badań jest typologia postaw wobec pieniędzy. Ważne są tu cechy temperamentu, osobowości, stosunek do czasu, optymizm, ale przede wszystkim to, czy człowiek traktuje pieniądze głównie instrumentalnie czy przeciwnie – tkwi w nim silne przekonanie o ich symbolicznym znaczeniu.

Gąsiorowska wyodrębniła cztery typy postaw:

- 1. Niespokojni wielbiciel** – to osoby przekonane, że posiadanie pieniędzy daje władzę, a jednocześnie odczuwające duży niepokój w sytuacjach związanych w pieniędzmi, obawiające się ich braku. Zależy im na posiadaniu pieniędzy, są chętni do łapania okazji, wołają gotówkę niż formy pozagotówkowe. Przywiązują do stanu finansów dużą wagę.
- 2. Negujący znaczenie** pieniędzy – umniejszają ich rolę w swoim życiu, a jednocześnie widzą w pieniądzach źródło zła, kontrolują finanse w niskim stopniu.
- 3. Refleksyjni zarządcy** – podchodzą do pieniędzy aktywnie, kontrolują i planują wydatki, unikają zobowiązań finansowych, ale jednocześnie pieniądze nie budzą w nich większych emocji.
- 4. Niezaangażowani hedoniści** – cechuje ich mała kontrola finansowa, stabilność emocjonalna, ekstrawertyzm, otwarcie na doświadczenia.

Dwie pierwsze grupy łączy silne przekonanie o symbolicznej roli pieniędzy i emocjonalny do nich stosunek. I to właśnie psychika osób z tych grup jest najbardziej podatna na działanie pieniędzy, co znajduje wyraz w opisanych wcześniej eksperymentach. Refleksyjni zarządcy i niezaangażowani hedoniści traktują pieniądze instrumentalnie, mają dużo optymizmu, czego nie można powiedzieć o dwóch pierwszych grupach. Różni ich natomiast stopień kontroli

finansowej. „Przekonanie o symbolicznej naturze pieniędzy – pisze Gąsiorowska – jest raczej związane ze specyficzną konstrukcją psychiczną jednostki (poziomem neurotyzmu, lęku, zewnętrznym umiejscowieniem kontroli, makiawelizmem, samoocena, ekstrawersją, otwartością na doświadczenie i ugodowością), a nie ze sposobem zarządzania pieniędzmi”.

A jak na stosunek do pieniędzy wpływa przynależność klasowa? Polskich ustaleń jeszcze nie ma, ale według Paula K. Piffa i Michaela W. Krausa z Uniwersytetu Berkeley osoby z klasy wyższej w porównaniu z tymi z klasy niższej charakteryzują się orientacją indywidualistyczną, kierują się własnymi celami i emocjami, częściej są skoncentrowane na sobie, ale także mniej świadome innych. Gorzej sobie radzą z identyfikowaniem cudzych emocji. Częściej łamią prawo w ruchu drogowym i angażują się w działania nieetyczne, zwłaszcza gdy mają one zwiększyć poziom ich bogactwa. Są mniej hojne i altruistyczne w porównaniu do innych ludzi. Wykazują wyższy poziom narcyzmu.

Mniejsza o to, czy jesteśmy bogaci czy nie. Autorefleksja przyda się każdemu. Warto na chwilę... skoncentrować się na sobie i poszukać odpowiedzi na pytanie, co pieniądze zrobiły ze mną.

Agata Gąsiorowska „Psychologiczne znaczenie pieniędzy. Dlaczego pieniądze wywołują koncentrację na sobie?”, PWN, Warszawa 2014