

*mgr Jakub Bartak*¹

Katedra Teorii Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych
Uniwersytet Rzeszowski

Motywacyjne aspekty nierówności dochodowych

Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie zależności między nierównościami dochodowymi a poziomem i strukturą motywacji. Motywacyjne oddziaływanie nierówności podkreślane jest jako istotne uwarunkowanie wzrostu gospodarczego; nierówności dochodowe (bądź nierówności w wyposażeniu w inne społecznie pożądane dobra) są bodźcem do działania, pracy, inwestycji i samorozwoju [Mirrlees, 1971; Balcerowicz, 1995, s. 53; Bjorklund, 2010; Szopa, 2005]. W kontekście analizy motywacji nierówności w większości prac traktowane są jako zjawisko pozytywne, natomiast ich negatywne konsekwencje powiązane są z innymi aspektami gospodarowania. Zakłada się, że różnice w zarobkach pomiędzy ludźmi powodują chęć podniesienia swojej stopy życiowej, dostania się do wyższej, bogatszej grupy społecznej. Tym samym nierówności mobilizują do wyteżonej pracy, samorozwoju, edukacji. Wnioskowanie to uzależnione jest od przyjęcia koncepcji *homo oeconomicus*, której głównym założeniem jest racjonalność wyborów człowieka dążącego do maksymalizacji własnej użyteczności. Przyjmując to założenie rzeczywiście wydaje się, że w warunkach nierównych dochodów krańcowa korzyść osiągnana z wyteżonej pracy jest wyższa niż w przypadku społeczeństwa egalitarnego i dlatego finansowe zachęty do pracy zawsze powodowały będą wzrost motywacji. Istnieją jednak sytuacje, w których zależność ta jest odwrotna – a więc wzrost zewnętrznych zachęt finansowych do pożądanego działania powoduje efekt przeciwny do zamierzonego – spadek motywacji i podejmowanego przez jednostki wysiłku. W takich sytuacjach krańcowa analiza użyteczności jest bezradna w tłumaczeniu motywów podejmowania działań przez jednostki. Za sztandarowy przykład służyć może prężnie rozwijający się rynek oprogramowania *open source* czy praca wolontariacka. W celu lepszego zrozumienia zależności między motywacją a zachętami finan-

¹ Adres korespondencyjny: Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Ekonomii, Katedra Teorii Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych, ul. Ćwiklińskiej 2, 35-601 Rzeszów, tel. +48 17 872 17 17, e-mail: jbartak@univ.rzeszow.pl.

sowymi i nierównościami dochodowymi konieczne jest wyjście poza koncepcję *homo oeconomicus* i korzystanie z dorobku ekonomii behawioralnej i psychologii.

W niniejszym artykule stawia się hipotezę, że nierówności dochodowe oprócz aktywizujących bodźców niosą za sobą ukryte koszty dla poziomu motywacji, które przy niesprzyjających warunkach mogą zmniejszyć bądź odwrócić pozytywną zależność między motywacją a poziomem nierówności dochodowych. Podstawą do postawienia takiej hipotezy jest ugruntowany już w psychologii podział motywacji na motywację wewnętrzną (*intrinsic*), zewnętrzną (*extrinsic*), a także wizerunkową (*image*). Próba weryfikacji hipotezy skłania do postawienia następujących pytań badawczych:

1. W jakich warunkach motywacja zewnętrzna wypycha motywację wewnętrzną i wizerunkową, a w jakich je wzmacnia?
2. Czy nierówności dochodowe mogą być traktowane jako motywacja zewnętrzna?
3. Czy istotny jest poziom nierówności czy ich percepcja?
4. Zależności między poziomem motywacji zewnętrznej a wewnętrznej i wizerunkowej badane są na poziomie mikroekonomicznym, najczęściej w relacji między pracownikiem (podwładnym) a pracodawcą (przełożonym). Czy można zatem wysuwać wnioski z takich badań dla analizy makroekonomicznej, a więc dla zależności między ogólnokrajowymi nierównościami a poziomem motywacji poszczególnych osób i grup społecznych?
5. W jakich warunkach bądź dla jakich grup społecznych nierówności dochodowe wypychają, bądź wzmacniają motywację wewnętrzną i wizerunkową?
6. Czy oprócz poziomu motywacji dla jakości wykonywanej pracy istotna jest także struktura motywacji (tj. dominacja motywacji wewnętrznej nad zewnętrzną)?

UWAGI TERMINOLOGICZNE I DEFINICJE

W ekonomii głównego nurtu motywacja traktowana jest jako pojęcie homogeniczne. Źródłem motywacji są preferencje jednostki wynikające z jej oceny użyteczności konkretnego dobra bądź zachowania, użyteczność ta wynikać może zarówno z samego faktu wykonywania danej czynności bądź z nagrody (materialnej i niematerialnej, np. wdzięczności, szacunku itp.) otrzymanej za nią i odzwierciedlona jest ona w jednym mierniku – w rynkowej cenie. Cena odzwierciedla zatem użyteczność, a użyteczność motywację – im wyższa cena, tym większa użyteczność osiągnana ze sprzedaży danego dobra i tym większa motywacja do zaoferowania tego dobra na rynku. Podejście takie, choć ułatwiające pomiar motywacji i jej modelowe ujęcie, prowadzi do powstawania „paradoksów” w przyjmowanych modelach, które nie uwzględniają złożoności procesów decyzyjnych człowieka. Okazuje się bowiem, że w niektórych sytuacjach wzrost zapłaty (który zgodnie z założeniami ekonomii głównego nurtu obrazuje wzrost

użyteczności) powoduje zmniejszenie motywacji do wykonywania nagradzane-
go zadania. Rozszerzenie uproszczających założeń koncepcji *homo oeconomicus*
i przyjęcie bardziej realistycznej perspektywy patrzenia na zachowania ludzi
pozwala na wyjaśnienie tych, pozornie paradoksalnych zależności, a nawet zin-
tegrowanie ich z teorią ekonomii [Frey, 2012]. Decyzje ludzkie uwarunkowane
są nie tylko racjonalnym optymalizowaniem użyteczności, ale także emocjami,
instynktami i przyzwyczajeniami, które powodują, że wybory jednostek czasami
dalekie są od racjonalności definiowanej jako maksymalizacja korzyści własnej.
Co więcej, nieracjonalność ta może być przewidywalna, powszechna i powtar-
zalna [Ariely, 2009]. Przykładów nie trzeba szukać w dziedzinach odległych od
ekonomii – badania nad emocjonalnością jednostek wykorzystywane są choćby
w marketingu i reklamie, w której manipulowanie emocjonalnością ma często
większe znaczenie niż funkcja informacyjna przekazu.

Odrzucając założenie o racjonalności jednostek można rozszerzyć także po-
jęcie motywacji, która nie musi być traktowana tylko jako zewnętrzne bodźce
kontrolujące zachowanie, lecz również jako bodźce wewnętrzne, wynikające z emo-
cji i instynktów. Tym samym dokonać można podziału motywacji na zewnętrzną
i wewnętrzną.

Motywacja zewnętrzna definiowana jest jako bodziec pochodzący spoza
osoby, związany z zewnętrzną nagrodą [Frei i Jegen, 2001]. Nagroda ta jest od-
dzielona od samego zadania, które traktowane jest instrumentalnie, jako środek
do osiągnięcia pożądanego dobra. Motywacja zewnętrzna najczęściej utożsa-
miana jest z materialnymi korzyściami, lecz dotyczyć może także dóbr niemate-
rialnych. Co więcej, Ryan i Deci [2000a] wyraźnie oddzielają motywację ze-
wnętrzną, której towarzyszy internalizacja celów działania, a więc akceptacja
tych celów i ich utożsamianie z wyznawanymi wartościami i priorytetami (np.
nauka nużącego i nieprzyjemnego zagadnienia, ale ze zrozumieniem, że jest ona
potrzebna do rozwoju kariery zawodowej) od motywacji zewnętrznej, która jest
w pełni autonomiczna i polega głównie na zewnętrznej kontroli. Rodzaj moty-
wacji zewnętrznej skłania ku różnej jakości i trwałości zaangażowania, a także
prowadzi do różnej samooceny; oczywiście korzystniejsze efekty przynosi we-
wnętrznie akceptowalna motywacja zewnętrzna.

Motywacja wewnętrzna z kolei jest definiowana jako chęć działania wy-
nikająca z satysfakcji z samego aktu wykonywania danej czynności. W odróżnie-
niu od motywacji zewnętrznej nie towarzyszy jej żadna nagroda oddzielna od
samego działania [Ryan i Deci, 2000]. Osoba motywowana wewnętrznie czerpie
zatem przyjemność z wykonywania hobby, z zabawy, z podejmowania wyzwania
czy wynikającego z czystego altruizmu pomagania innym. Działanie moty-
wowane wewnętrznie wynika z postrzegania danej czynności jako nagrody sa-
mej w sobie (według teorii warunkowania sprawczego B.F. Skinnera) bądź
z wewnętrznej, psychologicznej potrzeby, takiej jak potrzeba autonomii, powią-

zania czy bycia kompetentnym (według teorii redukcji popędu C. Hulla). Potrzeby te stanowią podstawę dla zdrowego życia jednostki i traktowane są w teorii samostanowienia Ryana i Deci'ego [2000b, s. 74] na równi z potrzebami fizjologicznymi jako warunki dobrobytu. Fenomen wewnętrznej motywacji jest naturalnym stanem rozpoznawanym także u zwierząt, udowodniono, że wiele z nich podejmuje niektóre czynności kierowane ciekawością i zabawą bez żadnej zachęty zewnętrznej. Wszystkie te zachowania mają pozytywny wpływ na zdolności adaptacyjne gatunku. Motywacja wewnętrzna u ludzi objawia się w znacznie szerszym katalogu zachowań i stanowi wielce istotną rolę dla rozwoju socjalnego, psychicznego i poznawczego i choć uważa się, że dominuje ona szczególnie w okresie dziecięcym to stanowi istotne bodźce do działania w ciągu całego życia [Ryan i Deci, 2000].

Ciekawego podziału motywacji dokonał Ariely [2009], który oprócz motywacji wewnętrznej i zewnętrznej wyodrębnia także motywację wizerunkową (*image motivation*). Motywacja wizerunkowa odzwierciedlona jest w tych zachowania, które powodowane są chęcią bycia postrzeganym w pozytywnym świetle. Jak pisze Ariely [2009, s. 1]: „Motywacja wizerunkowa (...) odnosi się do tendencji jednostki do bycia motywowanym częściowo przez percepcję innych osób”. Motywacja wizerunkowa wynika z immanentnej potrzeby człowieka do bycia akceptowanym i docenianym. Zachowanie altruistyczne może wynikać częściowo z czystego altruizmu, ale także z chęci bycia postrzeganym jako altruista. Motywacji wizerunkowej towarzyszy zewnętrzny cel – wizerunek. Można zatem traktować ją jako wyodrębnioną część motywacji zewnętrznej.

UKRYTE KOSZTY ZEWNĘTRZNEJ NAGRODY

W ekonomii powszechnie przyjmuje się, że zewnętrzne bodźce (jak choćby powszechnie stosowane nagrody finansowe uzależnione od wyników w pracy) stanowią pozytywne wzmocnienie pożądanego zachowania – powodują zwiększenie wysiłku i jakości wykonywanej pracy. W psychologii natomiast stwierdzenie takie jest wielce kontrowersyjne, na gruncie badań nad motywacją wewnętrzną i zewnętrzną wykazano, że zewnętrzne bodźce mogą (szczególnie w czasie długim) powodować obniżenie zaangażowania i jakości pracy [Benabou i Tirole, 2003, s. 489]. Zgodnie z ustaleniami psychologii społecznej każda zewnętrzna nagroda wpływa na poziom wewnętrznej motywacji. Teoria opisująca wzajemne zależności między motywacją wewnętrzną i zewnętrzną znana jest jako teoria wypychania motywacji (*motivation crowding out*) bądź jako teoria wpychania, wzmocniania motywacji (*motivation crowding in*). Teoria wypychania motywacji wewnętrznej odwołuje się do dobrze poznanej „anomalii” w makroekonomii, a więc do wypychania wydatków prywatnych przez wydatki rządowe. Analogicznie, finansowe zachęty (bądź bardziej ogólnie – bodźce ze-

wewnętrzne) oddziałują na poziom motywacji wewnętrznej. Pod pewnymi warunkami motywacja zewnętrzna powoduje obniżenie motywacji wewnętrznej, wypycha ją, sprawiając że wzrost łącznej motywacji nie jest proporcjonalny do wzrostu nagrody zewnętrznej, a nawet, gdy efekt wypychania jest silny, może spowodować obniżenie całkowitego poziomu motywacji. Standardowym przykładem obrazującym efekt wypychania może być płacenie dzieciom za pomoc w pracach domowych – zewnętrzne zachęty powodują krótkookresowy wzrost pożądanego zachowania, lecz powodują także, że bez zapłaty w przyszłości dzieci z dużo mniejszym prawdopodobieństwem podejmą się pomocy w domu. Wypychanie motywacji wewnętrznej zasugerowane zostało już w 1970 roku przez Titmussa, który argumentował, że finansowe zachęty dla dawców krwi obniżają motywację do jej oddawania. Nowsze badania pokazują, że wprowadzenie zapłaty za działalność wolontariacką prowadzi do zmniejszenia jej podaży, wprowadzenie kar dla rodziców spóźniających się po odbiór dzieci ze szkoły spowodowało częstsze i dłuższe spóźnienia, a udział osób zgadzających się na ulokowanie składu odpadów atomowych w okolicy miejsca ich zamieszkania spadł po wprowadzeniu rządowej rekompensaty z 50,8% do 24,6% [Frey i Jegen, 2001, s. 589–604]. Innych przykładów dostarczają badania Benabou i Tirole [2003, s. 489] nad kształtowaniem pożądanых zachowań, takich jak zapinanie pasów czy rzucenie palenia. Osoby, którym w zamian za te czynności oferowano nagrodę pieniężną jedynie w krótkim okresie zapinały pasy czy ograniczały palenie. Osoby niemotywowane zewnętrznie znacznie lepiej wypadały w czasie długim. Zachowania te obrazują ukryte koszty nagrody – obniżenie motywacji wewnętrznej poprzez zewnętrzne nagradzanie jednostek, które teoretycznie powinno prowadzić do zwiększenia motywacji. Taki mechanizm tłumaczony jest na gruncie psychologii poprzez dwa procesy. Pierwszy z nich polega na efekcie nadmiernego uzasadniania, drugi na percepcji bodźców zewnętrznych jako sterujących i kontrolujących.

Mechanizm nadmiernego usprawiedliwiania (*over justification effect*) polega na odwróceniu uwagi od wykonywanego zadania i skierowaniu jej na nagrodę. Pod wpływem silnych bodźców zewnętrznych jednostka umiejscawia przyczyny wykonywania danego zadania poza swoją osobą, w zewnętrznych, zamiast wewnętrznych źródłach. Jednostki wykazują więc tendencję do wyjaśniania własnego zachowania bodźcami zewnętrznymi przy jednoczesnym niedocenianiu motywów wewnętrznych, nawet jeżeli to one stanowiły główne źródło motywacji przed wprowadzeniem zewnętrznych zachęt. Ludzie niejako „zapominają” o wewnętrznych motywach gdy pojawiają się bodźce zewnętrzne i lokują w nich źródło swojego zachowania [James Jr, 2005, s. 533]. Mechanizm ten jest istotny dla jakości wykonywanej pracy – odwrócenie uwagi od wykonywanego zadania i skupienie się na nagrodzie skutkuje wyborem łatwiejszych ścieżek rozwiązania problemu i chęć jego rozwiązania bez głębszego zrozumienia problemu. Jednocześnie można wskazać, że im silniejsze bodźce zewnętrzne, tym jednostki są bardziej podatne na efekt nadmiernego uzasadnienia.

Drugi proces wyjaśniający wypychanie motywacji wewnętrznej analizowany jest w perspektywie relacji między pracownikiem a jego przełożonym, w której silne bodźce zewnętrzne mogą powodować:

- alienację i dehumanizację wykonywanego zadania, które przez zastosowane systemy motywacyjne postrzegane jest jako nudne i nieatrakcyjne, skoro konieczne jest zewnętrzne motywowanie do jego wykonania [Benabou i Tirole, 2003];
- utratę poczucia samostanowienia, która powoduje poczucie bycia kontrolowanym i kierowanym przez innych;
- utratę poczucia własnej wartości, gdy otrzymaniu nagrody zewnętrznej towarzyszy poczucie, że motywacja wewnętrzna jednostki do działania jest oceniana jako niewystarczająca (np., że brakuje jej altruizmu, samodyscypliny, odpowiedzialności) [Frey, 2012].

Aby powyższe procesy wystąpiły, jednostka otrzymująca informację o zewnętrznym systemie motywacji musi postrzegać tę informację jako kontrolowanie, sterowanie jej zachowania. Może być ono odczuciem braku kontroli nad własnym życiem i podleganiu silnym bodźcom zewnętrznym. Kontrolowanie może mieć także charakter informacji, która daje znać o braku zaufania, braku wiary w umiejętności jednostki. Informacja ta dotyczyć może nie tylko uwarunkowania wysokości pensji od ilości bądź jakości wykonania zadania, lecz także słownych reprimend, nałożonych z góry terminów i dyrektyw. Informacje te uderzają w podstawową psychologiczną potrzebę jednostki – autonomii, samostanowienia i kompetencji. Należy tutaj zwrócić uwagę, że to sposób percepcji zewnętrznych bodźców będzie wpływał na to, czy motywacja wewnętrzna jest wypychana czy wzmacniana. Zewnętrzne nagrody nie muszą być postrzegane jako kontrolujące – mogą być odbierane przez jednostki w taki sposób, który umacnia ich poczucie autonomii i wiarę we własne siły, a tym samym wzmacnia motywację wewnętrzną. To, w jaki sposób ta informacja jest przekazana, determinuje odbieranie jej jako kontrolującej bądź jako afirmującej umiejętności i wysiłek. Uznaje się, że jeżeli nagroda jest zapisana w umowie i uzależniona jest od osiągniętego wyniku to jednostki częściej uznają ją za kontrolującą. Jeżeli natomiast nagroda przyznawana jest niespodziewanie po prawidłowym wykonaniu zadania, to częściej odbierana jest ona jako uznanie umiejętności i kompetencji przez co wzmacnia motywację wewnętrzną. Istotny zatem jest odbiór motywów stojących za wprowadzaniem zewnętrznych bodźców – jeżeli zachowanie przełożonego jest odbierane przez podwładnego jako uznanie i utwierdzenie kompetencji, to motywacja wewnętrzna nie będzie wypychana [Benabou i Tirole, 2003, s. 504]

Aby efekt wypychania motywacji wewnętrznej wystąpił (niezależnie, czy spowodowany przez nadmierne usprawiedliwianie czy przez odbieranie bodźców zewnętrznych jako kontrolujące) konieczne jest spełnienie istotnego warunku – musi istnieć początkowa motywacja wewnętrzna, która może być następnie wypchnięta przez zewnętrzną. Warunek ten wydaje się oczywisty i jest akcepto-

wany przez większość badaczy [Fang, Gerhart i Ledford Jr, 2013, s. 25]. Z tego powodu ukryte koszty zewnętrznego motywowania nie będą obserwowane w przypadku wykonywania czynności nudnych, nieprzyjemnych, monottonnych czy odtwórczych. Pieniężna nagroda za efektywną pracę wykonywaną przy linii produkcyjnej nie spowoduje zmniejszenia motywacji wewnętrznej do wykonywania tej pracy ponieważ prawdopodobnie nigdy takiej motywacji nie było, a jedynym motywatorem od samego początku były bodźce zewnętrzne. Efekt wypychania motywacji wewnętrznej nie będzie zatem zachodził na znacznej liczbie rynków. Nie należy jednak zapominać, że gospodarka w coraz większym zakresie opiera się na wiedzy i innowacjach, nie do przecenienia jest tu znaczenie edukacji i kreatywności. Należy więc spodziewać się, że motywacja wewnętrzna będzie pełniła coraz ważniejsze funkcje w globalnej gospodarce.

Ukryty koszt zewnętrznej nagrody objawia się także w wypychaniu motywacji wizerunkowej. Dla przypomnienia – motywacja wizerunkowa to chęć bycia postrzeganym w dobrym świetle, motywacja ta ma największe znaczenie dla takich działań, które niosą z sobą jasny, pozytywny obraz danej osoby. Taki przekaz powszechny jest głównie w zachowaniach prospołecznych, które ogół społeczeństwa postrzega jako „coś dobrego”. Warunkiem postrzegania tego zachowania jako pozytywnego jest najczęściej jego bezinteresowność, a więc zależy od odpowiedzi na pytanie, czy „jednostka zachowuje się prospołecznie aby czynić dobro, czy aby jej było dobrze” [Ariely et al., 2009, s. 2]. Ocena zachowania prospołecznego zależy zatem od tego, czy oceniana jednostka czerpie wymierne, materialne korzyści z takiego działania. Oddawanie krwi za darmo niesie z sobą znacznie korzystniejszy wizerunek niż oddawanie jej za opłatą, sprzątanie lokalnego parku w ramach wolontariatu jest pozytywniej postrzegane niż sprzątanie tego samego miejsca w ramach pracy zawodowej.

Wypychanie motywacji wizerunkowej tłumaczy ograniczoną skuteczność rządowych zachęt do prospołecznych zachowań, ale może być także ciekawym kierunkiem badań nad motywacją do pracy w różnych grupach społecznych. Motywacja wizerunkowa bowiem może pojawiać się także w innych aspektach życia, lecz jest znacznie trudniejsza do zidentyfikowania gdy społeczna ocena danego zachowania jest niejednoznaczna. Tak może być w pracy zawodowej, gdzie awans na wyższe stanowisko może być postrzegany przez inne osoby jako wyraz zaradności życiowej, solidnej pracy, wysokich kwalifikacji, a więc może pozytywnie wpływać na wizerunek awansowanej osoby. Można jednak wyobrazić sobie sytuację, w której awans zawodowy odbierany jest jako wygrana w wyścigu szczurów, karierowiczostwo i wykorzystywanie personalnych koneksji. To czy motywacja wizerunkowa będzie wypychana czy wzmacniana przez zewnętrzne motywatory (takie jak wyższa pensja, stanowisko, tytuł naukowy) zależy od przyjętych norm i wartości w danym środowisku, a także od jakości instytucji formalnych (np. przejrzystość prawa czy poziom korupcji).

NIERÓWNOŚCI DOCHODOWE JAKO ZEWNĘTRZNE NAGRODY

Istnieją przesłanki, które sugerują, że nierówności dochodowe można traktować jako motywację zewnętrzną i rozpatrywać ją w kategoriach makroekonomicznych. Zanim zostaną one przedstawione należy jednak odpowiedzieć na pytanie – dlaczego to nierówności są istotne, a nie absolutny poziom dochodów? W kontekście analizy motywacji dochody traktowane powinny być jako nagrody. Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że osiągnięcie dochodu w wysokości 1000\$ w kraju, w którym przeciętnie zarabia się kilka razy więcej jest inaczej odbierane przez jednostkę niż 1000\$ zarobione w biednym kraju, gdzie średnia ta wynosi kilka razy mniej. Istnieją przekonujące dowody [Clark, Frijters, i Shields, 2008] na to, że ludzie wykazują tendencję do porównywania swojej konsumpcji i swojego dochodu do innych oraz do swojej sytuacji w przeszłości. Dochód relatywny jest zatem istotny w kontekście oceny dobrobytu oraz w kontekście motywacyjnej funkcji dochodu. Koncepcja dochodu relatywnego wyjaśnia, dlaczego samoocena szczęśliwego życia rośnie wraz z osiąganym dochodem w ramach państwa, a przeciętny poziom odczuwanego szczęścia jest stały w długim przedziale, a także podobny dla państw o znacznie różnym poziomie dochodów [Alpizar, Carlsson i Johansson-Stenman, 2005, s. 2]. Koncepcja ta wyjaśnia również, co istotne dla niniejszego artykułu, że osiągnięcie relatywnie wysokiego dochodu (w porównaniu do przeszłości, do innych osób z tej samej grupy społecznej czy w porównaniu do innych grup społecznych) jest traktowane jako nagroda, a więc jako zewnętrzny motywator.

Za uzasadnienie tezy, że możliwość osiągnięcia zarobków wyższych od innych (które oczekiwane są w okresie długim i nigdy nie mogą być traktowane jako pewnik) mogą być odbierane jako silny bodziec zewnętrzny służyć mogą wyniki badań ankietowych CBOS dotyczące wyborów edukacyjnych Polaków. Pytani o przyczyny podejmowania edukacji respondenci najczęściej wymieniali możliwość uzyskania wysokich zarobków (64%), mniejszy odsetek wskazywał możliwość zdobycia interesującej pracy (39%), a tylko 27% wskazało samodoskonalenie i rozwój intelektualny [CBOS, 2009, s. 4]. Wydaje się, że im wyższe nierówności tym nadzieje na wysoką pensję są silniejszym bodźcem zewnętrznym. Gdyby w społeczeństwie panowała całkowita równość jednostki nie miałyby szans osiągnąć wyższych od przeciętnych zarobków, a tym samym nie byłyby przez nie motywowane do nauki. Badania nad motywacją studentów do podjęcia nauki w latach 70. XX wieku pokazują, że większość z nich uważała chęć pogłębienia wiedzy za najważniejszy motywator (44%), a jedynie 25% wskazała przyszłe korzyści zawodowe [Liberska, 1974, s. 84]. W roku 2004 większość studentów (bądź absolwentów do 30. roku życia) wskazała możliwość znalezienia dobrej pracy (69% osób), dopiero na drugim miejscu znalazł się rozwój zainteresowań (61% osób) [Jarecki, 2008, s. 145]. Statystyki te sugerują, że nierówności dochodowe są silnym bodźcem zewnętrznym, jednak nie

należy zapominać, że duże znaczenie obok nierówności ma także mobilność międzypokoleniowa i społeczna percepcja owej mobilności.

Kolejną przesłanką do traktowania nierówności jako silnych bodźców zewnętrznych i uzasadniającą istotność relatywnych dochodów jest cechujący społeczeństwa kapitalistyczne powszechny konsumpcjonizm. Kult posiadania i dominacja wartości materialistycznych sprawiają, że ogromnego znaczenia nabiera poziom zarobków i ilość gromadzonych przez jednostki dóbr. Jak pisze B. Mróz [2009] we wstępie do swojej książki: „ostentacyjnej konsumpcji hołdować mogą najbogatsze warstwy społeczne, do wysokiego statusu materialnego aspiruje klasa średnia, o wyrwaniu się z zakłętą kręgą biedy (...) marzą również przedstawiciele najuboższych warstw społeczeństwa”. Chęć posiadania więcej, niezależnie od osiągniętego poziomu życia, jest być może immanentną cechą człowieka, niezależnie od epoki w której żyje, jednak konsumpcjonizm XX i XXI wieku wyniósł ją do pozycji wyższej, powszechnie akceptowanej wartości, będącej dla wielu sensem życia. Ogromną rolę w kształtowaniu konsumpcjonizmu mają kultura masowa i mass media, których głównym przekazem jest kult bogactwa i hedonizm, i w których za wzorce pokazywani są celebryci oraz życie na pokaz. Taki obraz świata sprzyja kreowaniu potrzeb, a także porównywaniu się z innymi. Mass media, chcąc nie chcąc, sprawiają, że nierówności dochodowe są bardziej uświadamiane i stanowią silniejsze bodźce do działania.

UKRYTE KOSZTY NIERÓWNOŚCI DOCHODOWYCH

Teoria ukrytych kosztów nierówności dochodowych sugeruje, że dysproporcje stanowiąc silne bodźce zewnętrzne wypychają motywację wewnętrzną. Koncepcja ta zakłada jednak możliwość istnienia odwrotnej zależności, a więc wypychania, wzmacniania motywacji wewnętrznej poprzez nierówności dochodowe. Podobnie jak zewnętrzne nagrody mogą umacniać zainteresowanie czy poczucie własnej wartości i samostanowienia, tak i osiągnięcie relatywnie wysokich dochodów może budować wewnętrzną motywację. Nierówności zatem mają dwojaki charakter. Z jednej strony są bardzo silnymi bodźcami zewnętrznymi, które niewątpliwie są siłą sprawczą wielu inicjatyw i podejmowanego przez jednostki wysiłku, ale także, pod pewnymi warunkami, niosą za sobą ukryte koszty w postaci wypychania motywacji wewnętrznej. Wniosek ten zbieżny jest z koncepcją dezagregacji nierówności do frustrujących i aktywizujących proponowaną przez M.G. Woźniaka [2005]. Wniosek ten może być też traktowany jako kolejny argument potwierdzający słuszność takiego podziału. Niezwykle istotnym zadaniem jest zidentyfikowanie warunków, w jakich nierówność staje się frustrującą – w przypadku niniejszej analizy – warunków, w jakich nierówności powodują wypychanie motywacji wewnętrznej.

Pierwszym warunkiem jest stosunkowo duży rozmiar nierówności, które nabierają większego znaczenia w warunkach powszechnego konsumpcjonizmu. Zgodnie z efektem nadmiernego usprawiedliwiania duże nierówności dochodowe powodują lokowanie motywów działania poza jednostką. W ten sposób uwaga skierowana jest na nagrodę a nie na działanie *per se*, efekt ten może mieć znaczenie dla jakości wykonywanej pracy, poczucia odpowiedzialności za nią, dla głębokiego zrozumienia problemu czy kreatywności. W tym znaczeniu wypychanie motywacji wewnętrznej może być źródłem bylejakości, pozorancstwa i pracy zorientowanej na wskaźniki zamiast na realne wyniki. Ponadto można wskazać, że także pogoń za nieuzasadnionymi korzyściami i nieuczciwe zachowania mogą wynikać z dominacji motywacji zewnętrznej nad wewnętrzną. Aby uzasadnić ten wniosek należy bliżej przyjrzeć się motywom skłaniającym do nieuczciwych zachowań. W koncepcji *homo oeconomicus* jednostka decyduje, czy zachować się uczciwie, czy nie na podstawie zewnętrznych bodźców – spodziewanej nagrody oraz prawdopodobieństwa i wielkości kary za nieuczciwe zachowanie. Jednostka podejmuje zatem decyzje na podstawie analizy zewnętrznych kosztów i korzyści. W perspektywie psychologicznej decyzje uwarunkowane są także wewnętrznymi motywami, a przede wszystkim zgodnością z wyznawanymi wartościami i normami, zinternalizowanymi w procesie socjalizacji. Zgodność zachowania z normami powoduje pozytywne odczucia (rozpoznawalne nawet w obrazowaniu aktywności mózgu, która jest wtedy porównywalna do działalności podczas otrzymywania nagród materialnych), działanie wbrew nim – negatywne. Tym samym można wysunąć wniosek, że ludzie posiadają wewnętrzną potrzebę bycia uczciwym, w sensie przestrzegania zinternalizowanych norm i zasad [Mazar, Amir, i Ariely, 2008]. Pozwala to na utrzymanie pozytywnego postrzegania samego siebie. Nieuczciwe zachowanie powoduje konieczność zaktualizowania własnego wizerunku. Jednostka staje zatem wobec dylematu wyboru między korzyściami zewnętrznymi a negatywnymi odczuciami wewnętrznymi. Spośród wielu wyjaśnień, w jaki sposób jednostki rozwiązują ten dylemat [Ayal i Gino, 2011] istotne dla wypychania motywacji wewnętrznej przedstawiają Mazar, Amir i Ariely [2008], którzy udowadniają, że jednostki zachowując się nieuczciwie najczęściej robią to tak, aby nie musiały postrzegać samych siebie w złym świetle. Takie nieuczciwe zachowanie pozwala na zagarnięcie zewnętrznej nagrody bez konfrontowania swojego zachowania z wyznawanymi normami i wartościami. Proces ten odbywa się przy pomocy dwóch mechanizmów – kategoryzacji i odwrócenia uwagi od standardów moralnych. Pierwszy z nich odnosi się do przypisywania pozytywnych cech zachowaniu negatywnemu; ze względu na tematykę niniejszej pracy nie będzie on bliżej opisywany. Drugi natomiast ma znaczenie dla nierówności społecznych. Jednostki podejmując daną decyzję nie myślą o jej moralnej ocenie, szczególnie wtedy gdy działają pod wpływem stresu, presji

czasu czy innych silnych bodźców zewnętrznych. Brak odniesienia danego zachowania do norm moralnych oczywiście możliwe jest tylko w przypadku drobnych oszustw, które nie mają wyraźnego negatywnego wydźwięku moralnego. Brak świadomości moralnej powoduje, że ludzie częściej zachowują się nieuczciwie, natomiast nawet drobne przypomnienie, że dane zachowanie ma znaczenie moralne sprawia, że jednostki oszukują znacznie rzadziej [Mazar, Amir, i Ariely, 2008]. Uznając, że nierówności dochodowe powodują odwrócenie uwagi od samego działania ku nagrodzie zewnętrznej można podejrzewać, że powodują także mniejszą świadomość norm, wartości i zasad. Ponadto można wnioskować, że silna motywacja zewnętrzna sprawia, iż jednostki są motywowane zarówno do pozytywnych zachowań, takich jak edukacja, podejmowanie inicjatyw czy do rzetelnej pracy, ale także do zachowań antyspołecznych i nieuczciwych. W tym znaczeniu, oprócz kosztów nierówności dochodowych w postaci wypychania motywacji wewnętrznej wskazać można także koszty związane z mniej korzystną strukturą motywacji. Struktura ta ma znaczenie tym większe im bardziej gospodarka oparta jest na wiedzy i kreatywności. O ile w pracach prostych i powtarzalnych na poziom produkcji skutecznie wpływają bodźce wewnętrzne, to w zadaniach wymagających kreatywności i innowacyjności jednostki motywowane wewnętrznie radzą sobie znacznie lepiej od pozostałych. Zewnętrznie motywowana osoba wybiera najkrótszą i najłatwiejszą drogę rozwiązania problemu, podczas gdy osoba motywowana wewnętrznie czerpie satysfakcję z drażenia problemu i rozwiązywania wymagającego zadania, a to sprzyja powstawaniu nowych, często lepszych rozwiązań [Adams, 2006, s. 10].

Drugim przypadkiem gdy nierówności powodują wypychanie motywacji wewnętrznej, możliwym do zidentyfikowania na podstawie powyższej analizy, jest sytuacja, w której jednostka czuje się kontrolowana, co uderza w jej immanentną potrzebę samostanowienia. Nierówności mogą sygnalizować jednostce, że jest kontrolowana i nie jest obdarzona zaufaniem w przedsiębiorstwach zbyt silnie uzależniających wysokość zarobków od efektów pracy. W skali makro wydaje się, że takie uczucie pojawia się w warunkach niskiej mobilności międzypokoleniowej, którym towarzyszy poczucie bezradności i ograniczonego wpływu na własną pozycję społeczną. Ściśle powiązana z nimi jest nierówność szans, sprawiająca, że realne szanse awansu społecznego są nikłe, a świadomość tego faktu sprawia, iż jednostki będące na dole drabiny społecznej nie odbierają nierówności jako coś mobilizującego, a jedynie jako niesprawiedliwe zrzędzenie losu. Istotną rolę spełniają tu instytucje, zarówno formalne, jak i nieformalne. Od jakości instytucji zależy zarówno sam poziom równości szans, jak i społeczna percepcja możliwości awansu społecznego, a więc to jak jednostki oceniają swoje szanse – czy są one uzależnione od pracy i wysiłku, czy może od znajomości lub umiętnego omijania prawa.

ZAKOŃCZENIE

Nierówności społeczne mają wielorakie znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego. Według koncepcji M.G. Woźniaka można podzielić je na nierówności frustrujące i aktywizujące. Podejście to charakteryzuje holizm badawczy, który implikuje wyjście poza główny nurt ekonomii i poszukiwanie źródeł pozytywnych i negatywnych aspektów nierówności również w psychologii, socjologii czy filozofii politycznej. Niniejszy artykuł przedstawia motywacyjne aspekty nierówności dochodowych pokazując, że obok pozytywnego wpływu na poziom motywacji nierówności niosą za sobą także ukryte koszty w postaci wypychania motywacji wewnętrznej. Tym samym, na gruncie psychologii, można wykazać, że zewnętrzne bodźce (za jakie uznano również nierówności dochodowe) w zależności od ich zakresu i warunków, w jakich występują oprócz funkcji aktywizującej posiadają także znamiona deprywacji i frustracji, które w istotny sposób wpływają na jakość życia i percepcję wielowymiarowego bytu [Woźniak, 2007; Woźniak, 2010]. Wypychanie motywacji wewnętrznej powoduje istotne zmiany w kontekście ekonomicznej sfery życia jednostki, ale także w kontekście jej psychicznej równowagi, rozwoju społecznego i percepcji dobrobytu. Jednostki motywowane wewnętrznie spełniają psychiczną potrzebę kompetencji, niezależności i powiązania (*relatedness*) i wykazują się większą kreatywnością, trwałością w wykonywaniu przedsięwzięć, a także wyższym poczuciem własnej godności, witalności oraz lepszą oceną dobrobytu od jednostek motywowanych głównie zewnętrznie [Ryan i Deci, 2000b]. W artykule zasugerowano, że nierówności dochodowe poprzez wpływ na strukturę i poziom motywacji mogą być jednym ze źródeł pogoni za nieuzasadnionymi korzyściami i bylejąkością. Jednocześnie zaproponowano warunki, pod jakimi dochodzi do wypychania motywacji wewnętrznej, jednak w tym zakresie konieczne są dalsze badania zarówno teoretyczne, jak i empiryczne.

Na podstawie wstępnych badań opisanych w niniejszym artykule można przypuszczać, że nierówności dochodowe obniżają poziom motywacji wewnętrznej głównie przez odwrócenie uwagi od wykonywanego zadania i skierowania jej na nagrodę. Jednocześnie nie należy zapominać o aktywizującej funkcji nierówności, która zgodna jest z teorią wypychania motywacji wewnętrznej (*motivation crowding-in*). Ma ona znaczenie przede wszystkim jako początkowy bodziec do działania, często konieczny w celu pobudzenia ciekawości i wzmocnienia motywacji wewnętrznej.

LITERATURA

- Adams K., 2006, *The sources of innovation i creativity*, National Center on Education in the Economy.
- Alpizar F., Carlsson F., Johansson-Stenman O., 2005, *How much do we care about absolute versus relative income i consumption?* „Journal of Economic Behavior & Organization” t. 56, nr 3.

- Ariely D., *Predictably irrational, revised i expanded edition*, 2009, Harper Collins, New York.
- Ariely D., Bracha A., Meier S., 2009, *Doing good or doing well? Image motivation i monetary incentives in behaving prosocially* „The American Economic Review”, t. 99.
- Ayal S., Gino F., 2011, *Honest rationales for dishonest behavior*, „The Social Psychology of Morality: Exploring the Causes of Good i Evil. Washington, DC: American Psychological Association”.
- Balcerowicz L., 1995, *Wolność i rozwój: ekonomia wolnego rynku*, Znak, Kraków.
- Benabou R., Tirole J., 2003, *Intrinsic and extrinsic motivation*, „The Review of Economic Studies”, t. 70, nr 3.
- CBOS, 2009, *Aspiracje i motywacje edukacyjne Polaków w latach 1993–2009*, Warszawa.
- Clark A.E., Frijters P., Shields M.A., 2008, *Relative income, happiness, and utility: An explanation for the Easterlin paradox and other puzzles*, „Journal of Economic Literature” t. 46, nr 1.
- Fang M., Gerhart B., Ledford Jr G.E., 2013, *Negative Effects of Extrinsic Rewards on Intrinsic Motivation: More Smoke Than Fire*.
- Frey B.S., 2012, *Crowdning Out i Crowding In of Intrinsic Preferences* [w:] E. Brousseau, T. Dedeurwaerdere, B. Siebenhuner (red.), *Reflexive Governance for Global public Goods*, Massachusetts Institute of Technology.
- Frey B.S., Jegen R., 2001, *Motivation crowding theory*, „Journal of Economic Surveys” t. 15, nr 5.
- James Jr. H.S., 2005, *Why did you do that? An economic examination of the effect of extrinsic compensation on intrinsic motivation i performance*, „Journal of Economic Psychology” t. 26, nr 4.
- Jarecki W., 2008, *Motywy wyboru studiów i kierunku studiów wyższych. Wybory decyzyjnych podmiotów gospodarczych* [w:] D. Kopycińska (red.), *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania* nr 3.
- Mazar N., Amir O., Ariely D., 2008, *The dishonesty of honest people: A theory of self-concept maintenance* „Journal of marketing research” t. 45, nr 6.
- Mróz B., *Oblicza konsumpcjonizmu*, 2009, Szkoła Główna Handlowa – Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Ryan R.M., Deci E.L., 2000, *Intrinsic i extrinsic motivations: Classic definitions and new directions*, „Contemporary educational psychology” t. 25, nr 1.
- Ryan R.M., Deci E.L., 2000, *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, i well-being* „American Psychologist” t. 55, nr 1.
- Woźniak M.G., 2010, *Modernizacja technologiczna w zintegrowanym rozwoju Polski w warunkach globalnego kryzysu finansowego* „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” z. 16.
- Woźniak M.G., 2007, *Teoretyczne problemy spójności społeczno-ekonomicznej mechanizmu rynkowego w kontekście gospodarki opartej na wiedzy*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” z. 10.
- Woźniak M.G., 2005, *Wzrost czy nierówności w polityce gospodarczej. Wnioski dla Polski z teorii ekonomii* [w:] D. Kopycińska (red.), *Funkcjonowanie gospodarki polskiej w warunkach integracji i globalizacji*, Szczecin.

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie wpływu nierówności dochodowych na poziom i strukturę motywacji. Rozważania opierają się o podział motywacji na wewnętrzną i zewnętrzną oraz na koncepcji ukrytych kosztów bodźców zewnętrznych polegających na wypychaniu motywacji wewnętrznej. Po przedstawieniu głównych tez teorii wypychania motywacji wewnętrznej w artykule wykazano przesłanki sugerujące, że nierówności dochodowe mogą powodować zarówno pozytywne, jak i negatywne zmiany w poziomie i strukturze motywacji, co uznano za jeden z argumentów uzasadniających słusność podziału nierówności na frustrujące i aktywizujące. Nierówności dochodowe uznano za silne bodźce zewnętrzne do działania mającego na celu zwiększanie dochodu, co stanowi ich aktywizującą funkcję. Jednak działania motywowane zewnętrznie nakierowane są głównie na cel i nagrodę zewnętrzną, a nie na działanie *per se*. Dlatego nierówności dochodowe mogą powodować także negatywne konsekwencje, takie jak pogoń za nieuzasadnionymi korzyściami, bylejąkość czy pracę ukierunkowaną na wskaźniki zamiast realnych wyników.

Słowa kluczowe: motywacja wewnętrzna i zewnętrzna, wypychanie motywacji, nierówności dochodowe

Motivational Aspects of Income Inequality*Summary*

The purpose of this article is to present the impact of income inequality on the level and structure of motivation. The considerations are based on the idea of intrinsic and extrinsic motivation and the concept of hidden costs of rewards. The article presents the motivation crowding theory and premises that inequalities can be interpreted as an extrinsic stimuli. In the following parts it shows evidences suggesting that income inequality can cause both positive and negative changes in the level and structure of motivation, which was considered as one of the arguments justifying the validity of dividing income inequality into activating and frustrating. Income inequalities were considered as a strong external stimuli to increase the income, which can be interpreted as an activating function of inequalities. However, extrinsically motivated agents are mainly focused on the reward and not the action *per se*. Therefore, income inequality may also cause negative consequences, such as rent-seeking, mediocrity or shirking.

Keywords: intrinsic and extrinsic motivation, motivation crowding-out, income inequalities

JEL: D01, D63