

УДК 159.9 : 316.37

## МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПОДАННЯ МИЛОСТИНИ

Галина Михальчишин

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
бул. Дорошенка, 41, м. Львів, 79000, Україна,  
e-mail: alinaM62@ukr.net*

Проаналізовано мотиваційні особливості милосердя. Проведено емпіричне психологічне дослідження. Опитано жителів м. Львова та проведено експеримент для визначення причин подання милостині прохачам. Дослідження здійснено у три етапи. З'ясувалося, що настрій людини не є тим визначаючим чинником, який впливає на прийняття нею рішення подати милостиню. Досліджувані остерігаються жебрацтва і вважають його шкідливим для психіки людини. Вони схильні скоріше надавати допомогу тій людині, яка є активною і не маніпулює жалістю до себе. Пожертва допомагає не лише потребуючому жебраку але й тому, хто робить пожертву. Недостатньо вивченими є соціальні та психологічні чинники такого явища як бідність, жебракування та милосердя.

*Ключові слова:* милосердя, милостиня, експеримент, психологічне дослідження, мотивація, прийняття рішення, допомога.

### 1. ВСТУП

З проповіддю милосердя вперше виступили релігійні вчення, серед них – християнство. Ісус навчав бути милосердним, сам ставився до бідних з любов'ю та жалістю. В радянській моралі милосердя довгий час ігнорувалося. Нехтування милосердям негативно впливало на формування духовності, співчуття та взаємодопомоги, на благополуччя стосунків між людьми загалом. Милосердя – безкорисна, діяльнісна участь людини в долі іншої людини. Сьогодні недостатньо вивчені соціально-психологічні чинники бідності, жебракування та милосердя.

**Метою** наших пошуків було визначення того, що спонукає людину до подання милостині та що найбільше впливає на прийняття такого рішення.

Вивченням мотивації процесу надання людині допомоги займалися ряд психологів. Так, С. Занюк виділяє низку факторів, які можуть спонукати людину надавати милостиню, чи іншу допомогу [1, с. 190–197] :

1. *Вплив соціальних норм.* Надання милостині може бути викликане бажанням людини виконувати певні соціальні норми співжиття.

2. *Вплив співпереживання.*

Вчений описує морально-мотиваційну концепцію допомоги С. Шварца. В ній виділяються наступні компоненти цього процесу:

1. *Усвідомлення наслідків.* Це – розуміння наслідків власних дій чи власної бездіяльності для благополуччя інших людей.

2. *Притискування собі відповідальності.* Якщо дії людини певним чином торкаються життя іншої людини, то вона може відчувати відповідальність за свої дії.

3. *Моральні норми.* Дані норми визначаються суспільством і частково або повністю приймаються людиною як внутрішні стандарти.

4. *Самооцінка.* Сприйняття важкого становища іншої людини актуалізує відповідні очікування щодо самого себе, і саме вони викликають переживання моральної відповідальності.

С. Шварц створив модель поведінки людини, яка надає допомогу іншій. Він виділив чотири стадії в цьому процесі:

1. Стадія актуалізації: усвідомлення необхідності й особистісної відповідальності.

2. Стадія зобов'язань: актуалізація норм і виникнення переживання моральних зобов'язань.

3. Стадія захисту: передбачення можливих реакцій, їх оцінка і переоцінка.

4. Стадія реакції.

С. Занюк описує дослідження Б. Латане та Д. Дарні щодо проблем мотивації надання допомоги та милостині. У цьому експерименті дослідники виявили, що на надання допомоги, чи подання милостині людині впливає ефект дифузії відповідальності. Це означає, що коли людина сама, то вона більш схильна надавати допомогу іншому, аніж тоді, коли вона перебуває у товаристві інших осіб. У цій ситуації людина може задавати собі запитання: “Чому саме я повинен допомагати, нехай допомагають і ті, хто поряд?”

Всі вище описані психологічні дослідження з проблем надання допомоги людині є дуже важливими для психології. Вивчення психологічних аспектів процесу допомоги, милосердя є сьогодні актуальними, дуже потрібними суспільству загалом і людині зокрема. Можна вважати, що виділені С. Шварцом чотири складові процесуальної моделі допомоги, є тими етапами, які проходить людина від моменту зустрічі з ситуацією надання допомоги і до її вирішення.

Поряд з тим є ще дуже багато аспектів у цій проблемі, які вимагають глибоких, тривалих досліджень. Відомо, що допомога людині може бути нематеріальна – порада, підтримка, розуміння, співчуття, інколи просто бажання допомогти може вже бути допомогою. В контексті допомоги можна розглядати такі феномени, як добродійність, спонсорство. Потребують психологічних досліджень етнічні, культурні, релігійні аспекти милосердя. Очевидно, що вище описані концепції не враховують усіх цих моментів.

## 2. ІДЕЇ ДОСЛІДЖЕНЬ

Ми намагалися виявити основні причини, які спонукають людину подати милостиню. Дослідження відбувалось у кілька кроків. На першому етапі ми експериментально перевіряли як гарний настрій впливає на кількість пожертвувань. Потім припускали, що наявність дрібних грошей впливатиме на прийняття людиною рішення подати милостиню. І на третьому етапі розглядали подавання милостині як можливий акт “відкупу”. На нашу думку, її мотивація може бути озвучена такими словами: “Я даю частину своїх грошей бідному, прохачу, жебраку як пожертву, щоб зі мною, моїми близькими, моїм бізнесом чи справою нічого поганого не сталося, щоб у скрутну хвилину у мене чи моїх близьких теж знайшлася милосердна людина”. З допомогою психологічного експерименту ми спробували визначити, якими саме міркуваннями послуговуються люди, даючи милостиню.

Досліджуваними були жителі м. Львова. Спостереження, експерименти та опитування проводилось на вулицях міста Львова з допомогою студентів-психологів 3–4 курсів, оскільки дослідниками паралельно ставилось завдання навчити студентів проводити психологічні дослідження в природному середовищі (адже часто студенти психологічних відділень опановують методи психологічних досліджень в аудиторіях, тестуючи своїх товаришів). Експеримент і спостереження відбувалися в природних умовах, щоб зберегти реальний вплив середовища. Для врівноваження впливу різних районів міста на місце перебування жебраків, дослідження розподілялось по його території рівномірно.

Спостерігачі знали мету, гіпотезу дослідження. Записи в експерименті велись непомітно і жодного разу, жоден досліджуваний не зреагував на присутність психологів-дослідників. Дослідження проходило в три етапи.

### 3. ЕКСПЕРИМЕНТ НА ПЕРШОМУ ЕТАПІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для проведення дослідження формувались команди, які працювали одночасно в різних куточках міста. Вони знаходили те місце, де інваліди, немічні, бідні люди просили милостиню (умовою дослідження було наявність реальної, очевидної потреби людини у допомозі, яка просила милостиню, наприклад, інвалідність). Кожну команду дослідників ділили на 3 групи, а в кожній групі було по 3–4 особи.

Перша група дослідників роздавала перехожим (саме тим людям, що йшли у потоці біля жебрака) квіти (букет прекрасних хризантем). Друга група дослідників спостерігала, чи подадуть милостиню прохачу ті люди, що отримали в дарунок квіти (від першої групи дослідників). Третя група опитувала перехожих з квітами вже після того як вони пройшли повз жебрака. Перевірялась така гіпотеза:

$H_1$  – перехожі, яким подарували квіти подаватимуть милостиню частіше, ніж інші люди на вулиці.

Досліджуваним, яким дарували квіти, – люди віку 25–35 років із зовнішніми ознаками фінансового благополуччя. Дослідники вручали таким перехожим квіти і на запитання “З якого приводу цей дарунок?” і “Хто Ви?” – відповідали на зразок: “Ця акція приурочена до всесвітнього дня “гарного настрою”, “ми зі студентського братства”.

Дарування квітів відбувалося серіями: п’ять хвилин роздавалися квіти, десять хвилин перерви. Це для того, щоб поставити в однакові умови всіх перехожих, і щоб експериментальна ситуація найбільше відповідала реальності.

Відстань між першою та другою дослідницькими групами була приблизно 12–15 м. Дослідники другої групи фіксували кількість жінок та чоловіків з квітами та без квітів, які подавали милостиню людині, яка її просила. Якщо перехожих з квітами спостерігати було легко, то фіксування пожертви у перехожих без квітів викликало питання: “В який час спостерігати?” і “Як довго вести спостереження?”

Дослідники вирішили регулювати експеримент часом. Перша група роздавала квіти перехожим 5 хвилин. Друга група психологів фіксувала кількість пожертвувань за цей час і людьми з квітами, і інших перехожих. Тобто спостереження і фіксація даних відбувалась продовж таких серій.

Третя група дослідників, здійснюючи опитування людей з квітами, намагалася визначити чи насправді у них змінився настрій на кращий, чи погіршився, чи залишився незмінним після дарунку квітів. Вони також просили назвати причини подання милостині у тих людей, допомогу яких спостерігали.

Результати експерименту №1.

Дослідники першої групи, роздаючи квіти перехожим, спостерігали за їхньою реакцією і зафіксували такі результати (респондентами були 80 чоловіків та 80 жінок):

Табл.1

**Реакція досліджуваних, яким дарували квіти**

Перехожі	Кількість позитивних реакцій на квіти	Кількість негативних реакцій на квіти	Кількість нейтральних реакцій на квіти
Чоловіки	62,0 %	5,5 %	32,5 %
Жінки	87,7 %	2,5 %	10,8 %

Позитивні реакції, які спостерігались у дослідженні: радість, вдоволеність, приємне здивування, посмішка, обійми. Проявлялись такі негативні реакції як невдоволення дарунком; обурення від того, що зупинили; роздратованість; похмурий вираз обличчя. Дослідники фіксували і прояв нейтральних реакцій, тобто беземоційне, байдуже ставлення до дарунку квітів.

Спостерігаючи значно більшу кількість позитивних реакцій, аніж всіх інших, ми вважали, що у досліджуваних був дійсно піднесений хороший настрій, тим паче, що на це робилась установка і в легенді-поясненні дарунку.

Дослідники з третьої групи працювали як контрольна група, аби ще раз зафіксувати забарвлення настрою у перехожих з квітами. Вони також задавали досліджуваним запитання: чому Ви подаєте милостиню потребуєчій людині (найголовніша причина)?

Третя група дослідників, провівши опитування, виявила, що всі досліджувані почували себе лише в гарному, дуже гарному і чудовому настрої. Хоча більшість з них не подали милостиню під час експерименту, але визнали, що найбільше їх спонукає надати милостиню почуття жалю до потребуєчій допомоги людини.

Ми також припускаємо, що, можливо, в окремих випадках, несподівано подаровані незнайомими людьми квіти, викликали у перехожих і гарний настрій, і романтичну замріяність. Це могло навпаки відволікати від думки про подачу милостині. Отож, експериментальна гіпотеза не підтвердилась. Покращення настрою людини не збільшує емпатії до потребуєчих допомоги і подання милостині не відбувається, не пожвавлюється. Виявилось, що визначальним є почуття жалю, яке переживається стосовно бідної людини жителями Львова для того, щоб подати милостиню.

Другою групою дослідників було виявлено велику кількість пожертвувань збоку молодих чоловіків (без квітів) із зовнішніми ознаками значного матеріального достатку. На нашу думку, цей ефект можна пояснити ще недостатньо вивченим явищем “відкупу”. Воно спостерігається як відпрацювання людиною власного почуття провини за свій статок, заможність, якого у інших немає. Якщо б озвучити подачу милостині в цьому випадку, то мабуть прозвучали такі слова: “Даю Вам милостиню, жертвую гроші, а Ви помоліться за мене Богу, вимоліть пробачення моїм гріхам”. Милостиня постає немовби платою за цю роботу. Поряд з тим, можливо, існують ситуації, в яких ці люди переживають не тільки за себе. Тоді вони подають милостиню за своїх близьких, як застереження, щоб ті не опинились в ситуації жебрака. Чи таке може бути – ми перевірили в наступних етапах дослідження.

Виявилось, що дослідникам було дуже приємно брати участь у процедурі безкорисного вручення квітів незнайомим людям. Така робота допомогла зрозуміти, що часом для щастя людині потрібно зовсім мало, а добро може повернутись сторицею до доброї людини. Досліджувані здебільшого були приємно здивовані і вдячні за дарунок.

Експериментатори виділяли присутність в експерименті ефекту вдячності. Більшість людей не звикли отримувати щось просто так. Вони відчували потребу віддячити. Це були спроби заплатити, щось подарувати, сказати теплі слова.

Досліджувані практично не демонстрували недовіри до дій дослідників і не вимагали більш точного пояснення для чого їм дарували квіти. Спостерігалася здебільшого безпечна і довірлива поведінка людей під дією позитивних впливів.

#### 4. ЕКСПЕРИМЕНТ НА ДРУГОМУ ЕТАПІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Здійснюючи аналіз першого експерименту, ми ще раз критично переглянули його процедуру. У нас виникла думка провести ще одне дослідження. В ньому квіти замінити на гроші. На наш погляд, у першому експерименті існувала своєрідна асиметрія між експериментальним впливом і реакцією на нього: переходим дарували квіти (вплив), а натомість очікувався дарунок грошей (реакція).

Необхідною умовою у першому експерименті була наявність у досліджуваних грошей для подання милостині. Тому для дарунку квітів вибирались перехожі, які справляли враження заможних, матеріально забезпечених людей. Звісно, зовнішність може бути оманливою, тому достовірно не було відомо: чи досліджувані були спроможні матеріально допомогти жебраку.

У другому експерименті вплив наявності кишенькових грошей на подання милостині був контрольований, забезпечений експериментальною ситуацією. Кожна особа, яка знайшла “експериментальні” гроші, вона мала змогу подати їх бідній людині. Перевірялась така гіпотеза:

$H_2$  – перехожі, які знаходили гроші, частіше подаватимуть милостиню ніж ті, яким дарували квіти.

Остаточна схема другого експерименту визріла з кількох пілотажних експериментувань. Спочатку після кількох спроб роздати людям на вулицях міста Львова 50 копійок, ми зрозуміли – слід діяти по іншому. Люди не брали гроші. Було вирішено під час експерименту “губити” гроші, залишати їх на тротуарі. Сума грошей була мінімально значимою для досліджуваних і вони могли використати її для задоволення власних потреб (придбати, наприклад, квиток на проїзд у міському транспорті). Схема експерименту № 2 стала аналогічною схемі, за якою відбувалося перше експериментування. Лише процес дарування квітів був змінений на знаходження грошей.

Отже, в результаті майже таких самих тривалих досліджень як і в першому експерименті, в цьому дослідженні вдалося спостерігати реакцію лише 32 людей. З них 27 осіб подали милостиню жебраку, що становить 84,4% від загальної кількості.

Висунута нами гіпотеза підтвердилась – значна кількість перехожих давала милостиню саме після підняття “експериментальних” грошей.

До цього результату у нас є певні критичні зауваження. Вони пов’язані з характеристикою наших досліджуваних. Вважаємо, що результат отриманий більше на перехожих, які не поспішали, які були більш уважнішими, спостережливіші, імовірно менш замож-

ніші та ін. Це виявились люди різної статі (57% чоловіків та 43% жінок), віку та з іншими особливостями.

Знову ж таки, як і у першому експерименті, ми виділили лише перехожих, штучно виключивши тих, які пересувались (на час експерименту) на автомобілях, велосипедах чи іншому транспорті. Але у другому експерименті виключався вплив психолога-експериментатора на досліджуваних. На нашу думку, під час другого етапу також не вдалося чітко зафіксувати, що саме впливає на прийняття людиною рішення подати милостиню. Можливо людиною керувала жалість, можливо щось інше, а наявність грошей дала можливість реалізувати ці небачені оку експериментатора мотиви.

Отож, більш слушний на нашу думку є висновок, що наявність дрібних грошей дає можливість зреалізувати свої прагнення допомогти людині, чим би вони не були викликані: чи настроєм, чи співпереживанням, чи християнським обов'язком.

### 5. ОПИТУВАННЯ НА ТРЕТЬОМУ ЕТАПІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для контролю результатів перших двох експериментів, для того, щоб чітко визначити, що спонукає людину до пожертви, ми вирішили провести опитування жителів м. Львова. Це знову ж таки були молоді люди такого віку як і в експерименті № 1. Перевірялась така гіпотеза:

$H_3$  – мотивація “відкупу” присутня при прийнятті людиною рішення подати милостиню.

Було опитано 175 львів'ян також віку як у першому експерименті, середньої заможності, чоловіки і жінки. Результати опитувань, їхній аналіз та інтерпретація:

А). На перше запитання про можливість колись просити милостиню, львів'яни відповіли:

1 – 52,6% досліджуваних ніколи, ні при яких обставинах не просили б милостиню у інших;

2 – 18,9% львів'ян, на час опитування, не могли визначитись у цьому питанні, дати однозначну відповідь, вони відповіли – “не знаю”;

3 – 14,9% респондентів відповіли “так, я зміг би просити милостиню”, пояснюючи так: “просити – не красти”. Приблизно п'ята частина досліджуваних аргументувала свою відповідь тим, що лише у випадках дуже важливих, коли їхнім близьким буде загрозовувати небезпека, вони зможуть просити когось про жертву;

4 – “можливо”, “хто знає...”, “від суми і тюрми не зарікаються” і тому подібно відповіли 9% досліджуваних;

5 – всі інші досліджувані (4,6%) не відповіли на це запитання.

Найбільше досліджуваних ствердили, що вони ніколи, ні при яких обставинах не просили би милостині у інших. Можливо це можна пояснити:

По-перше людина не може, або не хоче, ставити себе у ситуацію того, хто просить у зв'язку з низьким рівнем емпатії.

По-друге, людина може виключити можливість попадання у настільки скрутну ситуацію, яка би змусила її просити милостиню. Вона живе за принципом: “це не може статися зі мною!”

По-третє, можливо із-за стереотипного ставлення у суспільстві до цієї категорії людей (як до принижених, брудних, нещасних, подекуди хворих, інколи як звичайних людей, які таким чином “заробляють” гроші).

Б). Наступним для респондентів було запитання: “Уявіть, якби Ви себе почували, коли б просили милостиню?”

Відповіді були поділені на чотири напрямки:

Табл. 2.

**Почування респондентів в уявній ситуації жебракування**

Позитивні – 5%	Негативні – 90,2%	Нейтральні – 1,5%	Динамічні – 2,3%
задоволено, гордо, супер, добре...	сором, приниження, незручність, розпач, біль, покору, спустошеність, нікчемність, жакливо, незручно, в почутті провини...	спокійно, нормально, нічого, просто... .	спочатку соромно, а потім – ні, звиклося... .

Спостерігається переважаюча кількість негативних оцінок почування респондентів в уявній ситуації жебрацтва. Мабуть і для тих, хто просить милостиню, це неприємні переживання. На нашу думку, така ситуація є шкідливою не тільки для фізичного, а й для психічного здоров'я людини.

В). “З якої причини Ви найчастіше подаєте милостиню?” – запитали ми у львів'ян.

Вказані причини ми поділили на три групи:

1) Причини з емоційним забарвленням (жаль – 45% досліджуваних, співчуття – 10,3%, настрій – 1,5%, любов до себе – 4,3%).

2) Причини раціонального змісту (коли є реальна потреба у людини – 7,5% досліджуваних, щоб допомогти – 5,7%, обов'язок – 3,4%, з наявності дрібних грошей – 2,3%, “відкуп” – 1,5%).

3) Причини невизначеного та нейтрального типу (бо звучить прохання – 2,3% досліджуваних, не знаю – 2%, просто дають милостиню – 1,5%, не відповіли на запитання – 5,0%).

Відповіді респондентів на ці запитання підтверджують результати першого експерименту. Лише 1,5 % опитаних подають милостиню в тих випадках, коли мають хороший настрій. Отож, підтверджено переважаючий вплив жалю та співчуття на прийняття людиною рішення про допомогу.

Підтверджується також основна гіпотеза висунута перед опитуванням – виявлено таке явище як “відкуп”. Воно також спонукає людину до подання милостині, хоча в незначній кількості.

Яскраво спостерігається перевага емоційних процесів, які контролюють прийняття людиною рішення допомогти жебраку – бідній, немічній, старшій людині. Раціональний підхід у такій ситуації допомагає визначити чи справді цій людині потрібна допомога і яка саме.

Г). З опитувань нам вдалось створити зовнішньо-поведінковий портрет людини, яка просить милостиню і викликає цим найбільший жаль, спонукає до подання милостині. “Яка людина більше спонукає Вас до пожертви?” – ставилось запитання респондентам.

Отримано такий зовнішньо-поведінковий портрет людини, яка найбільше викликає бажання подати їй милостиню. Це людина, яка стоїть, просячи милостиню. Мабуть, стоячи людина прикладає більше зусиль, ніж сидячи, а тому викликає більший жаль у людей.

Людина, яка співає, грає..., а не тільки бездіяльно сидить, більше спонукає респондентів до пожертви. Мабуть, люди дають милостиню, не просто так, а за певну роботу, усвідом-

люючи, що ця людина не просто просить милостиню, вона заробляє її. Отже, підтримують активних. Крім того, людина, яка співає, грає, танцює тощо, мабуть, хоче зробити приємне іншим людям, а не лише собі, і респонденти це оцінюють.

Людина з фізичними вадами частіше мотивує львів'ян до подання милостині, оскільки вони, по-перше, бачать реальну потребу у наданні милостині (більш впевнені у тому, що їх милостиня буде потрібна), по-друге, людина з фізичними вадами викликає більше жалю.

Скоріше спонукають до милостині старенькі люди, ніж юнаки, зрілі люди чи дитина. Це можна пояснити тим, що коли люди бачать стареньких, німечних людей, вони сумніваються у їх здатності заробляти гроші, припускають, що милостиня для них – це єдиний засіб для виживання. Коли ж люди бачать юнаків, людей зрілого віку, вони, мабуть, вважають, що ці люди здатні самостійно заробляти гроші.

Милостиню скоріше дають жінці, ніж чоловіку. Жінки частіше не спроможні знайти роботу, ніж чоловіки. Жінка традиційно вважається слабшою, аніж чоловік.

Частіше дають милостиню людині, яка просить без дитини (не викорис-товуючи дитину для маніпуляцій). Респонденти здебільшого незадоволені, що деякі жебраки не шанують своїх дітей, не піклуються про них, а заставляють страждати, просячи милостиню.

Люди схильні частіше давати милостиню тим, які мовчать, ніж тим, які висловлюють прохання. Можливо, коли людина бачить, що її починають просити, вона більш схильна сприймати це як маніпуляцію або сприймати це як виправдання. Коли ж допомагають людині, яка не вербалізує своє прохання, у перехожого створюється враження, що він здійснює пожертву вже за своїм бажанням, не під дією цих аргументів.

Дають пожертву скоріше тій людині, в якій очі опущені, аніж тій, яка дивиться прямо в очі. Людина з опущеними очима може викликати більше жалю, враження страждання, сорому, тому більше мотивує людей до подання милостині.

## ВИСНОВКИ

Прийняття людиною рішення подати милостиню залежить від того на що чи на кого спрямована людина, яка подає допомогу. Чуттєва людина буде співчувати, жаліти, потребує допомоги людей і таких досліджуваних переважаюча більшість. Частина людей – спрямовані на себе і будуть бажати та переживати, щоб жебрацтво не сталося ні з ними, ні з їхніми близькими, а не перейматися проблемами потребуєчих допомоги. Таких осіб є значно менше. Досліджувані остерігаються жебрацтва і вважають його шкідливим для психіки людини, бо воно викликає біль, сором, приниження, почуття провини.

На нашу думку, надання допомоги не є однозначно позитивним явищем для прохача, бо воно робить людину, що просить бездіяльною, не дає їй можливості самій собі допомогти. Респонденти схильні скоріше надати допомогу хоч якось працюючій людині, оцінюючи та підтримуючи її старання.

Частина причин пожертвування є егоїстичними, бо частково спрямована на заспокоєння переживань людини, її совісті. Пожертва допомагає не лише потре-буючому жебраку, але й тому, хто робить пожертву (це свого роду психологічна допомога самому собі). Хороший настрій не є визначальним у прийнятті людиною рішення подати милостиню. Такими спонуками є жалість та співчуття. Існує ефект “відкупу” у мотивації подати допомогу людині, яка її потребує.

Наявність статку, грошей у людей дає їм змогу реалізувати свої прагнення допомогти людині, незалежно від того, чим вона викликана: чи настроєм, чи співпереживанням, чи християнським обов'язком.



СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Занюк. С. Психология мотивации. К.: Ника-Центр, Ельга-Н, 2001.

*Стаття надійшла до редколегії 14.09.2012*

*Прийнята до друку 8.10.2012*

**MOTIVATED ASPECTS OF ALMS**

**Halyna Mykhalchyshyn**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Doroshenko Str., 41, Lviv, 79000, Ukraine,  
e-mail: alinaM62@ukr.net*

It was realized the theoretical analysis motivated peculiarities of alms. It was performed the psychological research. It was asked, experimented and observed the inhabitants of Lviv to definite the aims of alms. The research had done into three stages. It turned out that human mood is not influenced on human decision to make alms. The men are researched beware of beggarly and believe in this healthless for human psychic. They are disposed to give a help to the active man which is not manipulated by grief. The sacrifice are not only helped a needed beggary but those who are done it. There are not quite studied social and psychological factors of poverty, beggarly and mercy.

*Key words:* compassion, alms, experiment, psychological research, motivation, to make decision, help.

**МОТИВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ МИЛОСЕРДИЯ**

**Галина Михальчишин**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Дорошенко, 41, г. Львов, 79000, Украина,  
e-mail: alinaM62@ukr.net*

Проанализировано мотивационные особенности милосердия. Проведено эмпирическое психологическое исследование. Осуществлено анкетирование жителей г. Львова и проведено эксперимент для выявления причин подачи милостыни побирающимся людям. Исследование проведено в три этапа. Оказалось, что настроение человека не есть определяющим фактором, который влияет на принятие решения подать милостыню просящему. Люди считают, что побирание не благоприятно влияет на психику просящего человека. Чаще помогают тем, кто стремится помочь себе сам, а не тем, кто манипулирует жалостью к себе. Ещё недостаточно изучены социальные и психологические детерминанты таких явлений как бедность, попрошайничество, милосердие.

*Ключевые слова:* милосердие, милостыня, эксперимент, психологическое исследование, мотивация, принятие решения, помощь, сострадание.