

**Ценностные детерминанты материализма личности**

© 2022 Смирнова Нина Павловна\*, Хащенко Валерий Александрович

**\*\***, Хащенко Надежда Николаевна **\*\*\***

\* кандидат психологических наук, «Московский институт психоанализа»

(г. Москва), e-mail: [npsmir@mail.ru](mailto:npsmir@mail.ru)

\*\* доктор психологических наук, главный научный сотрудник ФГБУН  
Институт психологии РАН, (г. Москва), e-mail: [nadin-khash@yandex.ru](mailto:nadin-khash@yandex.ru)

\*\*\* кандидат психологических наук, исполнитель проекта, научный  
сотрудник ФГБУН Институт психологии РАН, (г. Москва), e-mail: [nadin-khash@yandex.ru](mailto:nadin-khash@yandex.ru)

*Аннотация:* Представлены результаты исследования, направленного на определение роли экономических ценностей в структуре ценностных ориентаций личности. На основании предположения о существовании в сознании респондентов представлений о нравственной «цене» достижения богатства, характеризующейся соотношением (преобладанием) морали или выгоды в социальном поведении человека операционализована теоретическая модель ценностного материализма. Она основана на измерении материализма как базовой индивидуальной ценности в системе ценностей составляющих единый мотивационный континуум, включающей мотивационные конструкты разного порядка. В результате эмпирического исследования установлены связи ценностного материализма и базовых индивидуальных ценностей личности, подтверждающие опосредованность материализма ценностным сознанием личности. Предложено психологическое измерение индивида и группы по уровню ценностного материализма.

**Ключевые слова:** экономические (материальные) ценности, морально-нравственные ценности, экономическое сознание, материализм, ценностной материализм

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 20-013-00725 («Морально-нравственные детерминанты субъективной значимости экономических ценностей личности»)*

### **Value determinants of personality materialism**

© 2022 Smirnova Nina Pavlovna\*, Khashchenko Valery Alexandrovich \*\*,  
Khashchenko Nadezhda Nikolaevna \*\*\*

\* Candidate of Psychological Sciences, "Moscow Institute of Psychoanalysis"  
(Moscow, Russia), e-mail: [npsmir@mail.ru](mailto:npsmir@mail.ru)

\*\* Doctor of Psychological Sciences, Chief Researcher at the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, (Moscow, Russia), e-mail: [nadin-khash@yandex.ru](mailto:nadin-khash@yandex.ru)

\*\*\* Candidate of Psychological Sciences, project Executor, Researcher at the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, (Moscow, Russia), e-mail: [nadin-khash@yandex.ru](mailto:nadin-khash@yandex.ru)

**Annotation:** The results of a study aimed at determining the role of economic values in the structure of a person's value orientations are presented. Based on the assumption about the existence in the minds of respondents of ideas about the moral "price" of achieving wealth, characterized by the ratio (predominance) of morality or benefits in human social behavior, the theoretical model of value materialism is operationalized. It is based on the measurement of materialism as a basic individual value in the system of values that make up a single motivational continuum, which includes motivational constructs of various orders. As a result of empirical research, the connections between value materialism and the basic individual values of the

individual were established, confirming the mediation of materialism by the value consciousness of the individual. The psychological measurement of the individual and the group according to the level of value materialism is proposed.

**Key words:** economic (material) values, moral values, economic consciousness, materialism, value materialism

## Введение

Детерминация значимости экономических ценностей личности является актуальным вопросом экономической психологии. Связь морально-нравственных убеждений, взглядов и ценностей личности с поведением и отношениями в экономической сфере жизни раскрывает не только в целом ценностную картину мира человека, но и морально-нравственную обусловленность экономико-психологических явлений. Решение изучаемых вопросов актуализирует проблемы морально-нравственного состояния ценностного сознания общества, реальной (т.е. действенной), а не провозглашаемой роли ценностей в качестве регуляторов социального поведения человека, роли материализма личности (материальных ценностей) в ее социальном поведении, проблему конкуренции моральных и экономических ценностей в формировании ценностного сознания современного российского общества.

С целью определения морально-нравственной обусловленности экономических ценностей личности разработана программа исследования [Смирнова и др., 2020, 2021]. Теоретическими основаниями программы исследования выступили, во-первых, положения отечественной экономической и социальной психологии о нравственно-психологической детерминации экономического самоопределения личности и группы [Журавлев, Купрейченко, 2007; Купрейченко, 2014]. Во-вторых, представления о экономическом сознании (самосознании) личности и ведущем его компоненте - отношении к экономическим ценностям (объектам и явлениям), представляющим экономический интерес (имуществу, собственности, доходу, деньгам,

богатству, потреблению и т.п.) и к материальным условиям жизнедеятельности [Хащенко, 2012; 2016]. В-третьих, классические подходы в рамках концепции личностных ценностей М. Рокича и теории индивидуальных ценностей Ш. Шварца, направленные на изучение ценностной сферы индивида и группы, где ценности рассматриваются как регуляторы поведения человека. И, в-четвертых, подходы к изучению материализма личности, как характеристики ее экономического сознания [Csikzentmihalyi, Rochberg-Halton, 1981; Belk, 1985; Richins, Dawson, 1992; Richins, 2004; Хащенко, 2016].

В результате анализа теоретико-эмпирических оснований исследования, были сформулированы гипотезы: о роли материальных ценностей в морально-нравственной регуляции экономических достижений личности, формировании ценностного материализма как социального типа направленности личности.

### **Постановка проблемы**

В современной психологии измерение материализма используется для обозначения различий в поведении и ценностных ориентациях личности, в проявлениях заботы индивида о материальных вещах, конкурентоспособности и упоре на получение личной выгоды, а не на благополучии окружающих людей [Beutel, Marini, 1995]. Существует многообразие теоретических подходов к пониманию психологической сущности материализма [Shrum et al., 2012]. Материализм как индивидуальное проявление анализируется как аттитюд, верование, стиль жизни, потребность, эмоциональное состояние (настроение), как черта личности и ценность. Среди них к наиболее известному можно отнести подход понимания материализма как индивидуальной ценности. В его основе лежат исходные предположения теории материалистической социализации Р. Инглхарта [Inglehart, 1981]. Центральная идея этой теории состоит в том, что материализм взрослого человека связан с формированием у него чувства экономической незащищенности [Inglehart, 1990]. Экономическое развитие общества влечет за собой постепенные изменения ценностных приоритетов человека. Фокус общественных ценностей смещается с материалистических на постматериалистические ценности. Согласно Р.

Инглхарта, природу приоритетов, отражающих материалистические ценности, составляют ценности экономической и физической безопасности, а постматериалистических – ценности свободы, самовыражения, качество жизни, эстетики окружающей среды [Inglehart, 1981]. Дальнейшая концептуализация идей о материалистических ценностях Инглхарта связана с работами Р. Белка (1985), М. Ричинс и С. Доусона (1992) [см. например, Ahuvia, Wong, 2002], которые перенесли научный акцент на анализ многомерной природы материализма как индивидуальной ценности.

Согласно традиции, свойственной идеям Р. Белка [Belk, 1985] материализм представляет собой устойчивую предрасположенность личности наделять высшей значимостью материальную сторону своей жизни (имущество, деньги и т.д.). Материализм как общая черта (центральная диспозиция) личности включает частные черты (вторичные диспозиции), например, собственничество, жадность, зависть [Belk, 1985], накопительство [Ger, Belk, 1996]. Зависть относится к стремлению человека к чужому имуществу. Жадность определяется как отвращение, которое человек питает к тому, чтобы давать в долг или делиться, нежеланием жертвовать своим имуществом и негативным отношением к благотворительности [Ahuvia, Wong, 1995]. Собственничество определяется как проявление заботы в отношении имущества, стремление к усилению контроля над ним. Позднее в измерение материализма был добавлен еще один аспект – накопительство [Ger, Belk, 1996] как поведенческая тенденция к сохранению и накоплению материальных благ, овеществления приобретенного опыта индивида через, например, коллекционирование сувениров, фотографий и т.п.

Модель материализма как материальной (потребительской) ценности, разработанная М. Ричинс и С. Доусон [Richins, Dawson, 1992], является широко используемым инструментом измерения индивидуального материализма [Shrum et al., 2012]. Материализм определяется как базовое убеждение индивида о важности владения имуществом (материальными благами) в жизни и включает три базовых ценности: приобретение как важнейшая цель жизни

(материальная центрированность), как способ достижения счастья (счастье) и как на необходимый атрибут успешной жизни (успех) [Richins, 2004]. В рамках данного подхода предпринимались попытки расширить психологические измерения материализма как ценностной потребительской ориентации, например, дополнение модели исходных измерений введением четвертого – материальной отличительности (material distinctiveness) как способа использования имущества, для фиксации своей непохожести, отличительности от окружающих [Trinh, Phau, 2013].

Мотивационная природа материализма подчеркивалась также в рамках теории самодетерминации личности [Ryan, Deci, 2000]. Материализм рассматривается как функция от выраженности в мотивационном поле личности внутренних и внешних целей. Внутренние устремления (личностный рост, отношения, сообщество) относятся к целям, которые по своей сути приносят удовлетворение, и соответствуют врожденным психологическим потребностям (автономия, компетентность и привязанность). Внешние (финансовый успех, известность, внешность) – к целям, зависящим от внешнего одобрения или вознаграждения, этими целями в большей степени движимы материалисты [Ryan, Deci, 2000]. В рамках подхода разработана методика «Индекс стремлений». Шкалы опросника соответствуют выделенным жизненным стремлениям: финансовый успех, известность, внешность, личностный рост, отношения, сообщество и здоровье.

Инструментальный материализм и терминальный материализм [Csikzentmihalyi, Rochberg-Halton, 1981; Scott, 2009]. В зависимости от цели потребления выделяют два типа материализма: инструментальный и терминальный. Инструментальный материализм относится к приобретению и владению материальными объектами, которые имеют потенциал средства для достижения других целей безопасности, долголетия и счастья. Терминальный – к приобретению и владению материальными объектами ради них самих [Shrum et al., 2012]. Попытка создания инструмента измерения двух типов материализма осуществлена К. Скотт [Scott, 2009]. Конструкт терминальный

материализм оценивается ею как значимость материальных благ в получении социального статуса, а инструментальный материализм – как значимость материальных благ и ресурс выполнения задач.

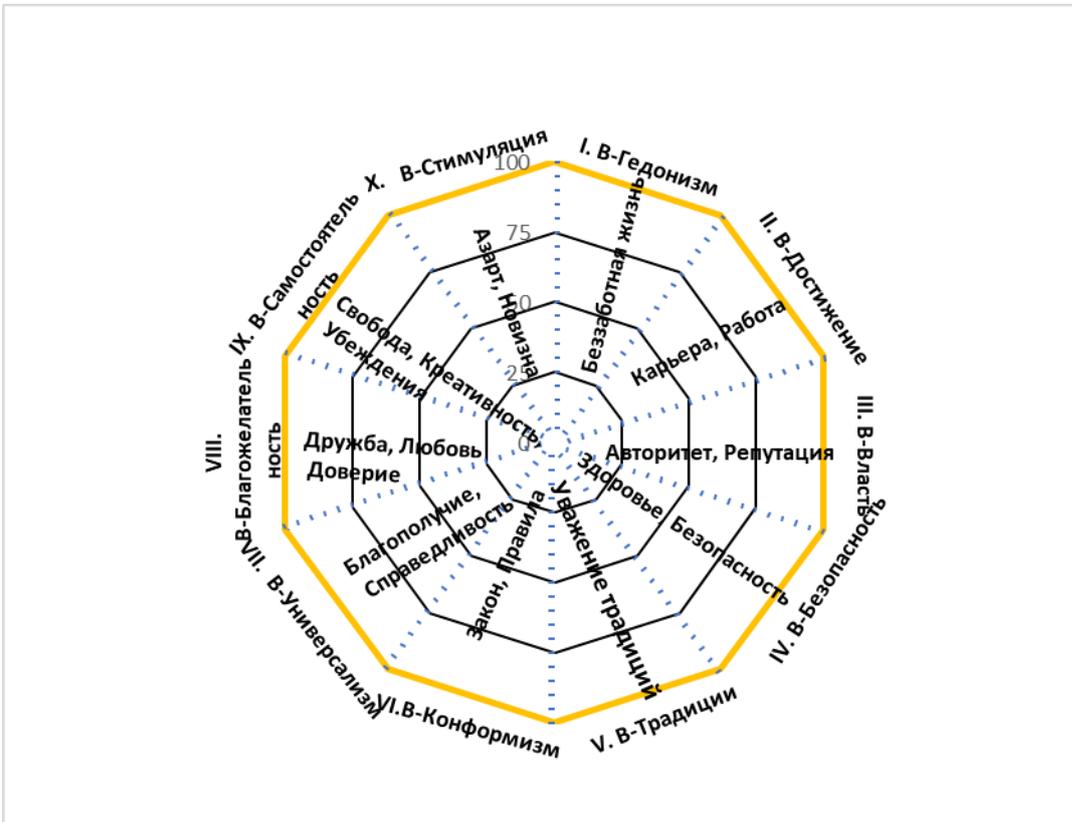
Ряд ученых [например, Larsen et al., 1999; Shrum et al., 2012] полагают, что существующие концепции и, в более широком смысле, измерение материализма, имеет существенные ограничения как обусловленные развитием современной экономики потребления, так и существующими теоретическими представлениями о природе материализма. Общим для этих подходов является то, что анализируют материализм как обособленный конструкт вне связи с другими ценностями личности. Возникает необходимость изучить связи ценностного материализма и базовых индивидуальных ценностей личности, подтверждающие опосредованность материализма ценностным сознанием личности.

### **Концептуальная модель ценностного материализма**

Определение материализма как ценности согласуется с представлением о том, что материализм отражает важность, которую человек придает материальным основаниям жизни для достижения желаемого, включая счастье, устойчивую веру в то, что данный мотивационный смысл поведения или существования лично предпочтительнее иного смысла поведения или состояния существования.

Теоретическая модель операционализации понятия «ценностного материализма» содержит новое основание – ценностный приоритет материальной (финансовой) выгоды в ценностном сознании личности, включающей мотивационные конструкты разного порядка (рис. 1).

Рис 1. Концептуальная модель: материальный интерес (выгода) и базовые индивидуальные ценности личности



Условные обозначения: «В» - выгода; внешний круг – базовые индивидуальные ценности личности; внутренний круг – показатели ценностного материализма

Измерение материализма предполагает сравнение значимости экономических ценностей материальной выгоды с базовыми ценностями личности – предпочтение или отказ от базовых ценностей личности ради получения материальных благ. В рамках данного подхода материализм как ценностной конструкт сознания человека представляет собой многомерное явление материальных устремлений личности в отношении различных значимых аспектов (ценностей) жизни.

На основе данной теоретической модели разработан опросник Ценностного материализма личности, который измеряет степень, с которой материальные ценности находится в центре жизни человека. Опросник предполагает оценку степени согласия с суждениями, содержащими возможные

варианты поведения: готовность человека поступиться или пренебречь наиболее важными ценностями жизни ради личной материальной выгоды (богатства, денег). Список предъявляемых в условия выбора ценностей был операционализирован посредством теории базовых ценностей Ш. Шварца. Измеряемый континуум ценностей в соответствии с подходом Шварца условно разделен на четыре порядка: две метаценности (ценности, выражающие интересы индивида и ценности, выражающие интересы группы, а также ценности избегания тревоги и ценностей свободы от нее); четыре ценности высшего порядка (Сохранение, Открытость, Самоутверждение и Самопреодоление); десять базовых ценностей (Самостоятельность, Стимуляция, Гедонизм, Достижение, Власть, Традиция, Безопасность, Конформизм, Универсализм, Благожелательность), а также двадцать три первичных ценностных конструкта (составляющих исходный список ценностей), имеющие наполнение различным мотивационным смыслом, например, Дружба (потребность в эмоционально близких отношениях), Доверие людей (потребность в аффиляции), Свобода (свобода мыслей и действий, независимость), Справедливость (стремлением к равенству и защите всех людей), Авторитет (право быть лидером, признание окружающих), Репутация (сохранение своего общественного имиджа) и т.п. В качестве шкалы измерения ответов респондентов используется пяти балльная шкала оценок Лайкерта – значения от «совершенно не согласен» до «полностью согласен» с оцениваемым утверждением.

Опросник ценностного материализма в соответствии с исходной теоретической моделью включает ряд шкал измерений – общий уровень материализма и шкалы материализма отражающие выделенный порядок измеряемых ценностей: четыре по метаценностям, четыре по шкалам высшего порядка, десять по базовым ценностям и 23 измерения материализма относительно частных, первичных ценностей. Такой подход к измерению материализма дает возможность работы с тем набором ценностей, которые больше всего подходят для целей исследования. Можно измерять

выраженность уровня материализма (значимости экономической выгоды) относительно десяти базовых ценностей, четырех ценностей высшего порядка (Сохранение, Открытость к изменениям, Самоутверждение и Самопреодоление) или даже двумя парами метаценностей. Исследователь может выбирать только те шкалы, которые измеряют материализм относительно интересующих его ценностей.

Опросник прошел проверку на процедуры стандартизации: оценку различительной силы пунктов опросника (корреляционный анализ), оценку надежности шкал (расчет коэффициентов альфа-Кронбаха и композитной надежности - CR), оценку дискриминантной (расчет показателя извлеченной средней дисперсия - AVE) и конструктивной валидности. Конструктивная валидность опросника производилась с привлечением двух блоков критериальных методик. Первый блок составили методики, в которых материализм операционализирован в качестве ценностной ориентации. Вторым блоком образовали методики измерения целевой направленности личности, многие из которых, по данным предшествующих исследований, выступают коррелятами, предикторами и последствиями материализма - опросник MVS М. Ричинз, С. Доусона [Richins, Dawson, 1992], опросник субъективного благополучия Э. Динера (в адаптации Е.Н. Осина, Д.А. Леонтьева) [Осин, Леонтьев, 2008], шкалы удовлетворенности жизнью В.А. Хащенко [Хащенко, 2016].

### **Программа исследования**

С целью определения морально-нравственной обусловленности материализма личности была использована методика (PVQ-R2) и ее интерпретация, описанная Ш. Шварцем и сотрудниками Высшей школы экономики по результатам уточнения теории базовых индивидуальных ценностей Ш. Шварца (A Refined Theory of Basic Personal Values) и валидации на российской выборке [Шварц и др., 2012]. Уточненная версия предполагает выделение 19 базовых ценностей личности, которые объединяются, согласно теории, в четыре «ценности высшего порядка» –

Самоопределение, Самоутверждение, Открытость изменениям и Сохранение, а также в соответствии с мотивационным континуумом обуславливают социальный и личностный фокус. При этом, в исследованиях активно используется и исходная версия [Schwartz, 1992], согласно которой определяются 10 базовых ценностей личности – данный конструкт был использован нами в процессе анализа.

Выборку исследования составили 184 человека в возрасте от 18 до 48 лет (средний возраст 23,8 года), мужчины (42% от общей выборки), женщины (58%). Выборка включала респондентов разного образовательного уровня, семейного и профессионального статуса.

### **Результаты исследования**

Многомерность и уровневый характер материализма предполагают определение закономерностей и принципов его психологической организации, в том числе особенностей его психологической детерминации со стороны просоциальных (моральных) ценностей. Отметим недостаточное число исследований посвященных особенностям организации психологической структуры материализма в зависимости от его уровня. В типичной теоретической модели уровень материализма рассматривается как линейная агрегация частных составляющих его компонентов [Belk, 1985; Richins, Douson, 1992; Richins, 2004]. Качественное психологическое содержание материализма обосновывается только при выделении двух его самостоятельных видов: терминального и инструментального [Csikzentmihalyi, Rochberg-Halton, 1981; Scott, 2009].

Согласно основному концептуальному положению компоненты материализма являются неравнозначными в объяснении его природы, а полнота осознания этого феномена предполагает опору на эти составляющие не одновременно и не в равной степени. Изучение содержания и структуры компонентов материализма должно учитывать, что, наряду с собственно общим материализмом не только возможна, но и объективно необходима дифференциация иных его типов, видов и форм. Психологические различия

материализма в зависимости от его уровня нельзя свести к простой количественной динамике. Низкий уровень материализма не является простым, зеркальным отражением или количественной противоположностью высокого материализма – оно отличается от него, прежде всего иной природой психологической организации. Обращение к структурно-уровневому анализу материализма позволяет понять природу неоднозначности закономерностей его психологической детерминации со стороны социальных и психологических (личностных и групповых) факторов.

С целью подтверждения предположения о том, что значимость материальных ценностей (в данном случае уровня материализма) определяется особенностями ценностного сознания личности. Поставленная цель исследования потребовала реализации эмпирической задачи анализа взаимосвязи между шкалами опросника Ценностного материализма и опросника базовых ценностей Ш. Шварца в группах респондентов, дифференцированных по уровню материализма. Для эмпирического подтверждения этой гипотезы был использован метод полярных (контрастных) групп (респондентов с высоким и низким уровнем общего материализма). Общая выборка дифференцировалась по общему уровню материализма на две группы респондентов (и, соответственно, уровней) – «низкий» и «высокий». Полученные в каждой группе корреляционные матрицы сравнивались между собой по их сходству и различию. Полученные данные показывают значимые и содержательные систематические различия в психологической структуре связей в группах респондентов, дифференцированных по уровню материализма (табл. 1 и 2).

В группе респондентов с высоким уровнем ценностного материализма (фактическое отвержение ценностей – предпочтение материальной выгоды), прежде всего, обращает внимание, высокая устойчивая взаимосвязь ценностей высшего порядка Сохранение (отрицательная) – просоциальная область ценностей, и Открытость (положительная) – личностно направленная область

ценностей, с получением выгоды для себя, с шкалами опросника материализма, за исключением шкалы Выгода Vs Самопреодоление (табл. 1).

Таблица 1. Интеркорреляции шкал опросника ценностного материализма и индивидуальных базовых ценностей (по Ш.Шварцу) у респондентов с высоким уровнем материализма (N=48,  $p < 0,05$ )

Базовые индивидуальные ценности	Шкалы ценностного материализма								
	ОМ	В: СЦ	В: ИЦ	В-З	В-Р	В-СУ	В-СП	В-ОИ	В-СХ
Сохранение	-0,684	-0,335	-0,695	-0,693	-0,426	-0,613		-0,438	-0,589
Открытость изменениям	0,661	0,376	0,655	0,638	0,431	0,547		0,418	0,568
Самоутверждение				0,439		0,415			0,335
Самопреодоление				-0,445		-0,414			-0,349
Универсализм						-0,419			
Благожелательность				-0,452		-0,499		0,398	
Традиция									
Конформизм	-0,386		-0,437	-0,460		-0,568			
Безопасность				-0,428		-0,480			
Власть									
Достижения					0,330			0,352	
Гедонизм	0,378		0,420		0,524			0,513	0,331
Стимуляция	0,488	0,390	0,437	0,388	0,364			0,332	0,566
Самостоятельность	0,364		0,377		0,374			0,341	

Примечание: ОМ - Шкала Общего материализма; В: СЦ – Выгода Vs Просоциальные ценности; В: ИЦ - Выгода Vs индивидуальные ценности; В-З – Выгода Vs Защита; В-Р – Выгода Vs Развитие; В-СУ – Выгода Vs

Самоутверждение; В-СП – Выгода Vs Самопреодоление; В-ОИ - Выгода Vs Открытость изменениям; В-СХ – Выгода Vs Сохранение

Ценность Открытость изменениям, подчеркивающая готовность к новым или преобразующим идеям, действиям и переживаниям, поддерживает высокий уровень предпочтения материальной выгоды, а в противоположность этому ценности Сохранения, которые акцентированы на избегании изменений, самоограничении и порядке, не способствует его росту. На уровне базовых ценностей тенденцию к усилению материализма поддерживают ценности Стимуляции, Гедонизма и Самостоятельности, причем эта связь прослеживается даже по отношению шкалы материализма – Выгода Vs Индивидуальные ценности, измеряющей значимость финансовой выгоды относительно ценностей имеющих индивидуальный фокус мотивационной направленности – ориентацию на личный результат. Отметим также позитивное влияние на высокую выраженность материализма ценности высшего порядка – Самоутверждения. Последний результат подтверждает полученные ранее факты о природе материализма личности, связанной с проявлениями стремлений к удовлетворению собственных интересов. Можно заключить, что индивидуальные базовые ценности личности, имеющие направленность на личный результат, связанный с получением выгоды для себя, позитивно коррелируют с высоким общим уровнем материализма.

Среди просоциальных (моральных) ценностей только метаценность Сохранение и базовая ценность Конформизм отрицательно связаны с высоким общим уровнем материализма. Просоциальные базовые ценности, входящие в метаценности Сохранение (Традиции, Конформизм, Безопасность) и Самопреодоление (Универсализм, Благожелательность) отрицательно связаны с частными шкалами материализма – шкалой Выгода Vs Самозащита и Выгода Vs Самоутверждение. Отметим, что данные шкалы имеют максимальное число связей с индивидуальными базовыми ценностями. Таким образом, моральные ценности оказывают «тормозящее» влияние на проявление материализма в зоне

ценностного сознания, отвечающей за мотивационные цели – защиту себя от угроз и беспокойства, личную и общественную безопасность, соблюдение законов и правил, поддержание традиций, достижения успеха, избегание нанесения вреда окружающим.

Таким образом, ради получения Выгоды человек готов отказаться от самостоятельности своих мыслей, поступков, стремления к удовольствиям, новизне и переменам. Но при этом пренебречь материальной выгодой побуждает индивида значимость для него ценностей безопасности как его собственной и его близких, так и стабильность общества в целом, а также важность соблюдения законов, правил в обществе, избегания нанесения вреда другим людям. Готовность поступиться из-за материальной выгоды безопасностью других людей, собственным здоровьем и здоровьем, благополучием близких взаимосвязана лишь со снижением для человека значимости ценности Самоутверждения – власти и влияния над людьми, достижения успеха в соответствии с стандартами, принятыми в обществе.

В группе с низким уровнем ценностного материализма (табл. 2) (фактический отказ от материальной выгоды ради следования в жизни индивидуальным ценностным приоритетам) шкалы материализма значимо связаны почти со всеми базовыми индивидуальными ценностями (отрицательные корреляции), кроме ценности Самоутверждения. Наибольшую просоциальную «ценностную нагрузку» по числу связей имеют общая шкала материализма, а также частные шкалы Выгода Vs Развитие, Выгода Vs Открытость изменениям и Выгода Vs Сохранение. Таким образом, моральные базовые ценности (Благожелательность, Универсализм, Традиция, Конформность и Безопасность) оказывают «тормозящее» влияние на проявление материализма в зоне ценностного сознания, отвечающей одновременно за контрастирующие мотивационные цели – готовность к новым или преобразующим идеям, действиям и переживаниям, и избегание изменений, самоограничений и порядка.

Очевидно, что значимость для человека моральных ценностей существенно ограничивает роль финансовой Выгоды: моральные ценности доминируют над деньгами, ограничивают роль материального интереса в жизни. Содержательные различия связаны со снижением роли метаценностей Открытость к изменениям и Сохранение, и возрастание роли трансцендентных ценностей (ценность Самопреодоление) в определении уровня материализма, а также изменением роли базовых ценностей, имеющих личностный фокус направленности.

Таблица 2. Интеркорреляции шкал опросника ценностного материализма и индивидуальных базовых ценностей (по Ш.Шварцу) у респондентов с низким уровнем материализма (N=46,  $p < 0,05$ )

Базовые индивидуальные ценности                      Шкалы                      ценностного материализма

Базовые индивидуальные ценности	Шкалы ценностного материализма								
	ОМ	В: СЦ	В: ИЦ	В-3	В-Р	В-СУ	В-СП	В-ОИ	В-СХ
Сохранение				-0,398		-0,330			
Открытость изменениям				0,394					0,482
Самоутверждение									
Самопреодоление		-0,464	0,437				-0,598	0,556	
Универсализм	-0,553	-0,333	-0,586	-0,343	-0,796			-0,684	-0,354
Благожелательность	-0,462	-0,552					-0,341		-0,535
Традиция	-0,432	-0,364			-0,358				-0,502
Конформизм	-0,411		-0,580	-0,404	-0,602			-0,652	-0,408
Безопасность	-0,594	-0,490	-0,502	-0,549	-0,620			-0,559	-0,673
Власть					-0,406			-0,443	

Достижения	-0,323				-0,462			-0,467	-0,376
Гедонизм	-0,348		-0,489		-0,696			-0,600	
Стимуляция				0,343	-0,325			-0,353	
Самостоятельность	-0,457	-0,335			-0,474			-0,380	-0,347

Примечание: ОМ - Шкала Общего материализма; В: СЦ – Выгода Vs

Просоциальные ценности; В: ИЦ - Выгода Vs индивидуальные ценности; В-З – Выгода Vs Защита; В-Р – Выгода Vs Развитие; В-СУ – Выгода Vs Самоутверждение; В-СП – Выгода Vs Самопреодоление; В-ОИ - Выгода Vs Открытость изменениям; В-СХ – Выгода Vs Сохранение

Люди, которые не готовы пренебрегать жизненными ценностями ради материального достатка, богатства и денег, в первую очередь руководствуются поддержанием и сохранением культурных, семейных или религиозных традиций, стремлением развивать собственные идеи, способности и действия, а также соблюдением правил, законов и формальных обязательств, избеганием причинения вреда или огорчения другим людям, безопасностью непосредственного окружения. При этом они стремятся к равенству, справедливости и защите всех людей; принятию и пониманию тех, кто отличается от них, достижению успеха в соответствии с социальными стандартами (нормами), к власти и влиянию над окружающими, единению с членами группы.

В целом отметим, что выявленное число корреляционных связей возрастает у респондентов с низким уровнем материализма по сравнению с теми, кто обнаруживает его высокий уровень. При низком уровне материализма степень его интегрированности с базовыми ценностями личности увеличивается, т.е. растет число взаимосвязей между ними.

В результате регрессионного анализа данных по единой модели десяти базовых ценностей в группах респондентов с высоким и низким уровнем материализма было установлено различие в степени детерминированности общей шкалы материализма со стороны базовых индивидуальных ценностей. При низком уровне материализма коэффициент детерминации (R квадрат) со стороны базовых ценностей выше по сравнению с высоким его уровнем, соответственно он равен 72% и 29%. Наибольший вес отрицательный эффект в детерминации уровня материализма при его низких значениях имеют большинство базовых ценностей, включая: ценности Традиции (коэффициент регрессии  $b^* = -0,63$ ), Самостоятельности ( $b^* = -0,47$ ), Конформизма ( $b^* = -0,28$ ), а также Безопасности ( $b^* = -0,23$ ), Универсализма ( $b^* = 0,045$ ), Достижения ( $b^* = 0,351$ ), и Благожелательности ( $b^* = 0,184$ ). В свою очередь, при высоком уровне материализма преобладает эффект положительного влияния, обусловленный ценностями Стимуляции ( $b^* = 0,463$ ). Дополнительно проведенный регрессионный анализ на модели четырех метаценностей также подтвердил тенденцию их положительного и отрицательного влияния при высоких и низких значениях материализма личности.

В качестве объяснения полученных данных было сформулировано предположение о важной роли особенностей ценностного сознания в детерминации уровня материализма. В целях его проверки были определены различия в выраженности базовых ценностей личности в группах с низким и высоким уровнем ценностного материализма (табл. 3).

Таблица 3. Различия в выраженности индивидуальных базовых ценностей в группах высоким и низким уровнем материализма (Mann-Whitney U Test)

Базовые индивидуальные ценности	Уровень ценностного материализма				
	Низкий	Высокий	U	Z	p
Самостоятельность	5,053	5,2044	584,000	-1,076	0,282
Стимуляция	4,211	4,407	592,000	-0,990	0,322
Гедонизм	4,842	4,741	636,000	0,514	0,607

Достижения	4,597	4,315	572,000	1,206	0,228
Власть	3,333	3,009	558,000	1,357	0,175
Безопасность	<b>4,798*</b>	<b>4,139</b>	462,000	2,395	0,017
Конформизм	<b>4,211</b>	<b>3,407</b>	396,000	3,109	0,002
Традиция	<b>4,316</b>	<b>3,019</b>	324,000	3,888	0,000
Благожелательность	5,290	5,019	594,000	0,968	0,333
Универсализм	<b>4,491</b>	<b>4,049</b>	560,000	1,336	0,182
СОХРАНЕНИЕ	<b>-0,058</b>	<b>-0,431</b>	380,000	3,282	0,001
ОТКРЫТОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯМ	<b>0,197</b>	<b>0,610</b>	336,000	-3,758	0,000
САМОУТВЕРЖДЕНИЕ	-0,539	-0,422	576,000	-1,163	0,245
САМООПРЕДЕЛЕНИЕ	0,386	0,450	592,000	-0,990	0,322

Примечание: \* - выделены статистически значимые различия.

Респондентов, которые не готовы поступиться жизненными ценностями (низкий уровень материализма) ради материальных благ, денег и богатства от тех, кто богатство, деньги ставит превыше всего (высокий уровень материализма), характеризуют значимые различия в уровне выраженности метаценностей Открытость к изменениям и Сохранение, и просоциальных (моральных) базовых ценностей (Безопасности, Конформизма, Традиций, Универсализма). Респондентов с низким уровнем материализма отличает более высокий уровень выраженности моральных ценностей: забота о безопасности близких, окружающих и общества в целом, о сохранении культурных, семейных или религиозных традиций, соблюдения правил, законов и формальных обязательств, избегание причинения вреда или огорчения другим людям. Высокий уровень материализма определяется отказом от свободы развивать собственные идеи и способности, определять собственные действия, низким стремлением к новизне и переменам, к удовольствию и чувственному удовлетворению. Можно заключить что ценностное сознание личности, характеризующееся более высоким уровнем просоциальных (моральных) ценностей Сохранения, Безопасности, Конформизма, Традиций, Универсализма, сопровождается низким уровнем материализма, и наоборот в

случае более высокого его уровня повышается роль ценностей личностного фокуса – Открытости изменениям.

Таким образом, на основании результатов проведенного теоретико-эмпирического исследования можно сделать следующие выводы.

1. Теоретический анализ позволил обосновать возможность выделения, среди уже существующих видов материализма, нового конструкта – ценностного материализма личности. Определение материализма как ценности согласуется с представлением о том, что материализм отражает важность, которую человек придает материальным основаниям жизни для достижения желаемого, включая счастье. Новизна подхода заключается в изучении многомерной структуры ценностного сознания в качестве общей основы для определения значения материализма личности. Эмпирические результаты можно рассматривать как первый шаг к лучшему пониманию природы материализма, основанного на соотношении финансовых, социальных, и индивидуальных ценностных аспектах поведения.

2. Предложенная концептуальная модель, направленная на определение ценностного приоритета материальной выгоды в ценностной структуре личности, а также ее первичная операционализация, положена в основу разработки специального методического приема – опросника ценностного материализма. Требуется дальнейшее проверка шкал и структуры опросника на других выборках, в том числе возрастных.

3. Эмпирически подтверждено предположение о том, что значимость материальных ценностей (в данном случае уровня материализма) определяется особенностями ценностного сознания личности. Ценностное сознание личности, характеризующееся более высоким уровнем просоциальных (моральных) ценностей Сохранения, Безопасности, Конформизма, Традиций, Универсализма, сопровождается низким уровнем материализма, и наоборот в случае более высокого его уровня повышается роль ценностей личностного фокуса – Открытости изменениям.

4. Моральные ценности (Благожелательность, Универсализм, Традиция, Конформность и Безопасность) в случае высокого уровня материализма оказывают «тормозящее» влияние на проявление материализма в зоне ценностного сознания, отвечающей за мотивационные цели – защиту себя от угроз и беспокойства, при низком уровне материализма - в зоне ценностного сознания, отвечающей одновременно за контрастирующие мотивационные цели – готовность к новым или преобразующим идеям, действиям и переживаниям, и избегание изменений, самоограничение и порядок. В целом роль базовых ценностей личности в детерминации материализма личности существенно выше при низком его уровне, и существенно ниже при высоком уровне материализма.

5. Полученные результаты требуют уточнения и проверки в силу особенностей выборки данного исследования, то есть преобладание респондентов - молодых людей вносит определенные ограничения на обобщение полученных данных, что предполагает продолжение исследований на выборках более старшего возраста.

#### **Литература:**

1. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение. Теория и эмпирические исследования. М.: Институт психологии РАН, 2007.
2. Купрейченко А.Б. Нравственная детерминация экономического самоопределения. М.: Институт психологии РАН, 2014.
3. Осин Е.Н., Леонтьев Д.А. Апробация русскоязычных версий двух шкал экспресс-оценки субъективного благополучия // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. М.: Институт социологии РАН, Российское общество социологов, 2008.
4. Смирнова Н.П., Сафонова М.А., Шабашова Е.В. Морально-нравственная детерминация экономических ценностей личности // Пензенский психологический вестник. 2020. № 2 (15). С. 82-94. DOI: 10.17689/psy-2020.2.7
5. Смирнова Н. П., Сафонова М. А., Хащенко Н. Н., Шабашова Е. В. Субъективная значимость экономических и морально-нравственных ценностей

- личности: программа исследования // Пензенский психологический вестник. 2021. №2(17). С.63-73. DOI: 10.17689/psy-2021.2.6
6. Хащенко В.А. Адаптация русскоязычной версии опросника ориентации на материализм // Социальная и экономическая психология. Институт психологии РАН, 2016. Т. 1. № 2. - <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document216.pdf>
  7. Хащенко В.А. Личность и группа в системе экономических и управленческих отношений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.
  8. Хащенко В.А. Психология экономического благополучия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
  9. Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России / Журнал Высшей школы экономики. Психология. 2012. Т. 9, № 1. С. 43-70.
  10. Ahuvia A., Wong N. Materialism: Origins and Implications for Personal Well-Being // European Advances in Consumer Research / Ed. F. Hansen. Copenhagen, Denmark: Association for Consumer Research, 1995. V. 2. P. 172–178.
  11. Ahuvia A.C., Wong N.Y. Personality and values based materialism: Their relationship and origins // Journal of Consumer Psychology, 2002. V. 12. № 4. P. 389-402.
  12. Beutel A.M., Marini M.M. Gender and values // American Sociological Review. 1995. V. 60. P. 436–448.
  13. Belk R.W. Materialism: Trait aspects of living in the material world // Journal of Consumer Research. 1985. V. 12 (3). P. 265–280.
  14. Csikszentmihalyi M., Rochberg-Halton E. The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.
  15. Inglehart R. Culture Shift in Advanced Industrial Society. Princeton: Princeton University Press, 1990.
  16. Inglehart R. Post-materialism in an environment of insecurity // American Political Science Review, 1981.V. 75. № 4. P. 880-900.

17. Ger G., Belk R.W. Cross-cultural differences in materialism // *Journal of Economic Psychology*, 1996. № 17. P. 55–77.
18. Larsen V., Sirgy J.M., Wright N.D. Materialism: The construct, measures, antecedents, and consequences // 1999.V. 3. № 2, P. 78-110.
19. Richins M.L., Dawson S.A. Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation // *Journal of Consumer Research*. 1992. V. 19. № 3. P. 303–314.
20. Richins M.L. Special possessions and the expression of material values // *Journal of Consumer Research*, 1994.V. 21. № 3. P. 522-533.
21. Richins M.L. The material values scale: Measurement properties and development of a short form // *Journal of Consumer Research*, 2004. V. 31. № 1. P. 209-219.
22. Ryan R.M., Deci E.L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being // *American Psychologist*. 2000. V. 55, №. 1. P. 68-78.
23. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries // M. Zanna (ed.). *Advances in experimental social psychology*. N.Y.: Academic Press, 1992. Vol. 25. P. 1–65.
24. Scott K. Terminal materialism vs. instrumental materialism: Can materialism be beneficial?, Norman (OK): University of Oklahoma, 2009.
25. Shrum L.J., Wong N., Arif F., Chugani S. K., Gunz A., Lowrey T. M., Nairn A., Pandelaere M., Ross S. M., Ruvio A., Scott K., Sundie, J. Reconceptualizing materialism as identity goal pursuits: Functions, processes, and consequences // *Journal of Business Research*. 2012. - [dx.doi.org/, 10.1016/j.jbusres.2012.08.010](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.08.010)
26. Trinh V.D., Phau I. A New Approach to Measuring Materialism // *Electronic Journal*, 2013 - DOI:10.2139/ssrn.2202351

#### **References:**

1. Zhuravlev A.L., Kuprejchenko A.B. *E`konomicheskoe samoopredelenie. Teoriya i e`mpiricheskie issledovaniya*. M.: Institut psixologii RAN, 2007.

2. Kuprejchenko A.B. Nravstvennaya determinaciya e`konomicheskogo samoopredeleniya. M.: Institut psixologii RAN, 2014.
3. Osin E.N., Leont`ev D.A. Aprobaciya russkoyazy`chny`x versij dvux shkal e`kspress-ocenki sub`ektivnogo blagopoluchiya // Materialy` III Vserossijskogo sociologicheskogo kongressa. M.: Institut sociologii RAN, Rossijskoe obshhestvo sociologov, 2008.
4. Smirnova N.P., Safonova M.A., Shabashova E.V. Moral`no-nravstvennaya determinaciya e`konomicheskix cennostej lichnosti // Penzenskij psixologicheskij vestnik. 2020. № 2 (15). S. 82-94. DOI: 10.17689/psy-2020.2.7
5. Smirnova N. P., Safonova M. A., Xashhenko N. N., Shabashova E. V. Sub`ektivnaya znachimost` e`konomicheskix i moral`no-nravstvenny`x cennostej lichnosti: programma issledovaniya // Penzenskij psixologicheskij vestnik. 2021. №2(17). S.63-73. DOI: 10.17689/psy-2021.2.6
6. Xashhenko V.A. Adaptaciya russkoyazy`chnoj versii oprosnika orientacii na materializm // Social`naya i e`konomicheskaya psixologiya. Institut psixologii RAN, 2016. T. 1. № 2. - <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document216.pdf>
7. Xashhenko V.A. Lichnost` i gruppy v sisteme e`konomicheskix i upravlencheskix otnoshenij. M.: Izd-vo «Institut psixologii RAN», 2016.
8. Xashhenko V.A. Psixologiya e`konomicheskogo blagopoluchiya. M.: Izd-vo «Institut psixologii RAN», 2012.
9. Shvarcz Sh., Butenko T.P., Sedova D.S., Lipatova A.S. Utochnennaya teoriya bazovy`x individual`ny`x cennostej: primenenie v Rossii / Zhurnal Vy`sshej shkoly` e`konomiki. Psixologiya. 2012. T. 9, № 1. S. 43-70.
10. Ahuvia A., Wong N. Materialism: Origins and Implications for Personal Well-Being // European Advances in Consumer Research / Ed. F. Hansen. Copenhagen, Denmark: Association for Consumer Research, 1995. V. 2. P. 172–178.
11. Ahuvia A.C., Wong N.Y. Personality and values based materialism: Their relationship and origins // Journal of Consumer Psychology, 2002. V. 12. № 4. P. 389-402.

12. Beutel A.M., Marini M.M. Gender and values // *American Sociological Review*. 1995. V. 60. P. 436–448.
13. Belk R.W. Materialism: Trait aspects of living in the material world // *Journal of Consumer Research*. 1985. V. 12 (3). P. 265–280.
14. Csikszentmihalyi M., Rochberg-Halton E. *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.
15. Inglehart R. *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press, 1990.
16. Inglehart R. Post-materialism in an environment of insecurity // *American Political Science Review*, 1981.V. 75. № 4. P. 880-900.
17. Ger G., Belk R.W. Cross-cultural differences in materialism // *Journal of Economic Psychology*, 1996. № 17. R. 55–77.
18. Larsen V., Sirgy J.M., Wright N.D. Materialism: The construct, measures, antecedents, and consequences // 1999.V. 3. № 2, P. 78-110.
19. Richins M.L., Dawson S.A. Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation // *Journal of Consumer Research*. 1992. V. 19. № 3. P. 303–314.
20. Richins M.L. Special possessions and the expression of material values // *Journal of Consumer Research*, 1994.V. 21. № 3. P. 522-533.
21. Richins M.L. The material values scale: Measurement properties and development of a short form // *Journal of Consumer Research*, 2004. V. 31. № 1. P. 209-219.
22. Ryan R.M., Deci E.L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being // *American Psychologist*. 2000. V. 55, №. 1. P. 68-78.
23. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries // M. Zanna (ed.). *Advances in experimental social psychology*. N.Y.: Academic Press, 1992. Vol. 25. R. 1–65.
24. Scott K. *Terminal materialism vs. instrumental materialism: Can materialism be beneficial?*, Norman (OK): University of Oklahoma, 2009.

25. Shrum L.J., Wong N., Arif F., Chugani S. K., Gunz A., Lowrey T. M., Nairn A., Pandelaere M., Ross S. M., Ruvio A., Scott K., Sundie, J. Reconceptualizing materialism as identity goal pursuits: Functions, processes, and consequences // Journal of Business Research. 2012. - dx.doi.org/, 10.1016/j.jbusres.2012.08.010
26. Trinh V.D., Phau I. A New Approach to Measuring Materialism // Electronic Journal, 2013 - DOI:10.2139/ssrn.2202351