

Том 13. № 2 2016

ПСИХОЛОГИЯ

Журнал Высшей школы экономики

Учредитель

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Главный редактор

В.А. Петровский (НИУ ВШЭ)

Редакционная коллегия

Дж. Берри (Университет Куинс, Канада)
Г.М. Бреслав (Балтийская международная академия, Латвия)
Е.Л. Григоренко (МГУ им. М.В. Ломоносова и Центр ребенка Йельского университета, США)
В.А. Ключарев (НИУ ВШЭ)
Д.А. Леонтьев (НИУ ВШЭ и МГУ им. М.В. Ломоносова)
М.Лич (Рочестерский университет, США)
Д.В. Люсин (НИУ ВШЭ и ИП РАН)
Е.Н. Осин (НИУ ВШЭ)
А.Н. Поддъяков (НИУ ВШЭ)
Д.В. Ушаков (зам. глав. ред.) (ИП РАН)
А.В. Хархурин (Американский университет Шарджа, ОАЭ)
В.Д. Шадриков (зам. глав. ред.) (НИУ ВШЭ)
С.Р. Яголовский (зам. глав. ред.) (НИУ ВШЭ)

Экспертный совет

К.А. Абульханова-Славская (НИУ ВШЭ и ИП РАН)
Н.А. Алмаев (ИП РАН)
В.А. Барабанищиков (ИП РАН и МГППУ)
Т.Ю. Базаров (НИУ ВШЭ и МГУ им. М.В. Ломоносова)
А.К. Болотова (НИУ ВШЭ)
А.Н. Гусев (МГУ им. М.В. Ломоносова)
А.Л. Журавлев (ИП РАН)
А.В. Карпов (Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова)
Е.А. Климов (МГУ им. М.В. Ломоносова)
А.Лэнгле (НИУ ВШЭ)
А.Б. Орлов (НИУ ВШЭ)
В.Ф. Петренко (МГУ им. М.В. Ломоносова)
В.М. Розин (ИФ РАН)
И.Н. Семенов (НИУ ВШЭ)
Е.А. Сергиенко (ИП РАН)
Е.Б. Старовойтенко (НИУ ВШЭ)
Т.Н. Ушакова (ИП РАН)
А.М. Черноризов (МГУ им. М.В. Ломоносова)
А.Г. Шмелев (МГУ им. М.В. Ломоносова)
П. Шмидт (НИУ ВШЭ и Гиссенский университет, Германия)

ISSN 1813-8918

«Психология. Журнал Высшей школы экономики» издается с 2004 г. Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и поддерживается департаментом психологии НИУ ВШЭ. Миссия журнала — это

- повышение статуса психологии как фундаментальной и практико-ориентированной науки;
- формирование новых предметов и программ развития психологии как интердисциплинарной сферы исследований;
- интеграция основных достижений российской и мировой психологической мысли;
- формирование новых дискурсов и направлений исследований;
- предоставление площадки для обмена идеями, результатами исследований, а также дискуссий по основным проблемам современной психологии.

В журнале публикуются научные статьи по следующим основным темам:

- достижения и стратегии развития когнитивной, социальной и организационной психологии, психологии личности, персонологии, нейронаук;
- методология, история и теория психологии;
- методы и методики исследования в психологии;
- интердисциплинарные исследования;
- дискуссии по актуальным проблемам фундаментальных и прикладных исследований в области психологии и смежных наук.

Целевая аудитория журнала включает профессиональных психологов, работников образования, представителей органов государственного управления, бизнеса, экспертных сообществ, студентов, а также всех тех, кто интересуется проблемами и достижениями психологической науки.

Журнал выходит 1 раз в квартал и распространяется в России и за рубежом.

Выпускающий редактор Ю.В. Брисева

Редакторы О.В. Шапошникова, О.В. Петровская,

Д. Вонсбро. Корректура Н.С. Самбу

Переводы на английский К.А. Чистопольская,

Е.Н. Гаевская

Компьютерная верстка Е.А. Валуевой

Адрес редакции:

109316, г. Москва, Волгоградский пр-т, д. 46Б

E-mail: psychology.hse@gmail.com

Сайт: <http://psy-journal.hse.ru/>

Перепечатка материалов только по согласованию с редакцией.

© НИУ ВШЭ, 2016 г.

**Том 13. № 2
2016**

ПСИХОЛОГИЯ
Журнал Высшей школы экономики

СОДЕРЖАНИЕ

Специальная тема выпуска. Ценности: трансмиссия и влияние на установки людей в разных культурах

Н.М. Лебедева. Вступительное слово221
З.Х. Лепшокова, В.Н. Галяпина, Н.М. Лебедева. Влияние религиозной идентичности и воспринимаемой психологической близости на сходство ценностей родителей и детей в разных религиозных контекстах (<i>на английском языке</i>)223
П. Шмит, А.Н. Татарко. Предпринимательское намерение и ценности личности: результаты опроса российского населения (<i>на английском языке</i>)240
В.А. Понизовский. Ценности и установки по отношению к иммигрантам: кросс-культурные различия в 25 странах(<i>на английском языке</i>)256
Д.С. Григорьев. Ценности, социальная дистанция и установки по отношению к миграции: кросс-культурное исследование в Бельгии, Германии, Франции и Нидерландах273
Д.И. Дубров, А.Н. Татарко. Межпоколенная трансмиссия ценностей в городской и сельской среде299
Г. Цой, Н.А. Лебедева, А.Н. Татарко. Взаимосвязь ценностей и социально-экономических представлений у корейских и российских студентов310

Статьи

Т.Ю. Иванова, Д.А. Леонтьев, Е.И. Рассказова. Функции личностных ресурсов в ситуации экономического кризиса323
А.А. Котов, В.А. Беляева, Т.Н. Котова. Усиление категориального эффекта восприятия с помощью понятийных комбинаций347
В.М. Розин. От взглядов Л.С. Выготского к современной концепции развития367
О.А. Сычев. Русскоязычная версия Шкалы оценки отношений388

Короткие сообщения

С.А. Языков, М.В. Фаликман. Движения глаз в ходе спонтанного и контролируемого обнаружения слов в больших буквенных массивах410
---	------

Обзоры и рецензии

В.А. Костенко. Возможное Я: Подход Хейзел Маркус421
---	------

**Vol. 13. No 2
2016**

PSYCHOLOGY
Journal of the Higher School of Economics

Publisher

National Research University
Higher School of Economics

ISSN 1813-8918

Editor-in-Chief

Vadim Petrovsky, HSE, Russian Federation

Editorial board

John Berry, Queen's University, Canada

Gershons Breslavs, Baltic International Academy, Latvia

Elena Grigorenko, Lomonosov MSU, Russian Federation, and Yale Child Study Center, USA

Vasily Klucharev, HSE, Russian Federation

Anatoliy Kharkhurin, American University of Sharjah, UAE

Dmitry Leontiev, HSE and Lomonosov MSU, Russian Federation

Martin Lynch, University of Rochester, USA

Dmitry Lyusin, HSE and Institute of Psychology of RAS, Russian Federation

Evgeny Osin, HSE, Russian Federation

Alexander Poddiakov, HSE, Russian Federation

Vladimir Shadrikov, Deputy Editor-in-Chief, HSE, Russian Federation

Dmitry Ushakov, Deputy Editor-in-Chief, Institute of Psychology of RAS, Russian Federation

Sergey Yagolkovskiy, Deputy Editor-in-Chief, HSE, Russian Federation

Editorial council

Ksenia Abulkhanova-Slavskaja, HSE and Institute of Psychology of RAS, Russian Federation

Nikolai Almazov, Institute of Psychology of RAS, Russian Federation

Vladimir Barabanschikov, Institute of Psychology of RAS and Moscow University of Psychology and Education, Russian Federation

Takhir Bazarov, HSE and Lomonosov MSU, Russian Federation

Alla Bolotova, HSE, Russian Federation

Alexander Chernorizov, Lomonosov MSU, Russian Federation

Alexey Gusev, Lomonosov MSU, Russian Federation

Anatoly Karpov, Demidov Yaroslavl State University, Russian Federation

Evgeny Klimov, Lomonosov MSU, Russian Federation

Alfried Länge, HSE, Russian Federation

Alexander Orlov, HSE, Russian Federation

Victor Petrenko, Lomonosov MSU, Russian Federation

Vadim Rozin, Institute of Philosophy of RAS, Russian Federation

Igor Semenov, HSE, Russian Federation

Elena Sergienko, Institute of Psychology of RAS, Russian Federation

Alexander Shmelev, Lomonosov MSU, Russian Federation

Peter Schmidt, HSE, Russian Federation, and Giessen University, Germany

Elena Starovoytenko, HSE, Russian Federation

Tatiana Ushakova, Institute of Psychology of RAS, Russian Federation

Anatoly Zhuravlev, Institute of Psychology of RAS, Russian Federation

«Psychology. Journal of the Higher School of Economics» was established by the National Research University «Higher School of Economics» (HSE) in 2004 and is administered by the School of Psychology of HSE.

Our mission is to promote psychology both as a fundamental and applied science within and outside Russia. We provide a platform for development of new research topics and agenda for psychological science, integrating Russian and international achievements in the field, and opening a space for psychological discussions of current issues that concern individuals and society as a whole.

Principal themes of the journal include:

- methodology, history, and theory of psychology;
- new tools for psychological assessment;
- interdisciplinary studies connecting psychology with economics, sociology, cultural anthropology, and other sciences;
- new achievements and trends in various fields of psychology;
- models and methods for practice in organizations and individual work;
- bridging the gap between science and practice, psychological problems associated with innovations;
- discussions on pressing issues in fundamental and applied research within psychology and related sciences.

Primary audience of the journal includes researchers and practitioners specializing in psychology, sociology, cultural studies, education, neuroscience, and management, as well as teachers and students of higher education institutions. The journal publishes 4 issues per year. It is distributed around Russia and worldwide.

Managing editor *Yu.V. Briseva*

Copy editing *O.V. Shaposhnikova, O.V. Petrovskaya, N.S. Sambu, D. Wansbrough*

Translation into English *K.A. Chistopolskaya, E.N. Gaevskaya*

Page settings *E.A. Valueva*

Editorial office's address:

Volgogradsky pr., 46B, 109316, Moscow, Russia.

E-mail: psychology.hse@gmail.com

Website: <http://psy-journal.hse.ru/>

No part of this publication may be reproduced without the prior permission of the copyright owner

© HSE, 2016 г.

CONTENTS

***Special Theme of the Issue. Transmission of Values and Their Impact
on Attitudes of People in Different Cultures***

N.M. Lebedeva. Editorial (<i>in Russian</i>)	221
Z.H. Lepshokova, V.N. Galyapina, N.M. Lebedeva. The Impact of Religious Identity and Perceived Psychological Closeness on Parent-Child Value Similarity in Different Religious Contextss	223
P. Schmidt, A.N. Tatarko. Entrepreneurial Intention and Values: Results from a Russian Population Survey	240
V.A. Ponizovskiy. Values and Attitudes towards Immigrants: Cross-Cultural Differences across 25 Countries	256
D.S. Grigoryev. Values, Social Distance and Attitudes toward Immigration: A Cross-Cultural Study of Belgium, Germany, France and the Netherlands (<i>in Russian</i>)	273
D.I. Dubrov, A.N. Tatarko. Intergenerational Value Transmission in Urban and Rural Area (<i>in Russian</i>)	299
K. Choi, N.A. Lebedeva, A.N. Tatarko. The Relationship between Values and Socio-Economic Attitudes among Korean and Russian Students (<i>in Russian</i>)	310

Articles

T.Yu. Ivanova, D.A. Leontiev, E.I. Rasskazova. Functions of Personality Resources in a Situation of Economic Crisis (<i>in Russian</i>)	323
A.A. Kotov, V.A. Belyaeva, T.N. Kotova. Enhancing the Effect of Categorical Perception by Means of Conceptual Combinations (<i>in Russian</i>)	347
V.M. Rozin. From L.S. Vygotsky's Views to the Contemporary Conception of Development (<i>in Russian</i>)	367
O.A. Sychev. Russian Version of Relationship Assessment Scale (<i>in Russian</i>)	386

Work in Progress

S.A. Yazykov, M.V. Falikman. Eye Movements in Spontaneous and Controlled Word Detection in Letter Arrays (<i>in Russian</i>)	410
---	-----

Reviews

V.A. Kostenko. Possible Self: Theory by Hazel Markus (<i>in Russian</i>)	421
---	-----

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦЕННОСТЕЙ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ У КОРЕЙСКИХ И РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ

Г. ЦОЙ^a, Н.А. ЛЕБЕДЕВА^a, А.Н. ТАТАРКО^a

^aНациональный исследовательский университет Высшая школа экономики, 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

Резюме

В статье рассматриваются результаты изучения взаимосвязи ценностей и социально-экономических представлений корейских и российских студентов. Теоретическими основаниями исследования послужили выводы российских и зарубежных авторов в области социальной, экономической и кросс-культурной психологии, а также институциональной и поведенческой экономики. Для изучения ценностей использовалась теория индивидуальных ценностей Ш. Шварца (Schwartz et al., 2012), а также ряд работ, посвященных рассмотрению взаимосвязи культуры и экономики (Weber, 1978; Hofstede, 1980; Furnham, 1984; Inglehart, 1997; Журавлев, Купрейченко, 2007; Лебедева, Татарко, 2011). Цель исследования состояла в выявлении универсальных и культурно-специфических связей между индивидуальными ценностями и социально-экономическими представлениями российских и корейских студентов. Испытуемыми были студенты в возрасте от 14 до 30 лет (157 корейцев и 211 россиян), проживающие в Сеуле (Республика Корея) и Москве (Россия) соответственно. Социально-психологический опрос проводился методом «снежного кома», содержание опросников на двух языках было идентичным. Корейская версия опросника была переведена и адаптирована в соответствии с требованиями кросс-культурной психологии — Think-aloud (Ericsson, Simon, 1980). Результаты опроса обрабатывались с помощью SPSS и приложения AMOS (эксплораторный факторный анализ и моделирование структурными уравнениями). В исследовании было показано, что существуют универсальные связи ценностей Открытость изменений с позитивным Отношением к конкуренции и связи ценностей Самопреодоление с Удовлетворенностью материальным положением и Значимостью денег. А также выявлена культурно-специфическая связь между блоком ценностей Открытость изменений и позитивным отношением к конкуренции у россиян и корейцев: позитивная и негативная связи соответственно. Полученные результаты и выводы исследования могут быть использованы при подготовке рекомендаций в сфере кросс-культурного бизнес-консультирования.

Ключевые слова: индивидуальные ценности, экономические представления, кросс-культурная психология.

Статья подготовлена в ходе проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) и с использованием средств субсидии в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».

Введение

Рассмотрение проблем, связанных с влиянием культурных и психологических факторов на экономическое поведение людей и социально-экономическое развитие стран, является в настоящее время чрезвычайно актуальным (Hofstede, 1980; Inglehart, 1997; Лебедева, Татарко, 2011).

Экономическое поведение личности понимается психологами как особый вид социального поведения, и интерес исследователей смешается в область понимания социально-психологических регуляторов этой области жизнедеятельности: ценностей, норм, установок, стереотипов, атрибутивных процессов (Cherrington, 1980; Bagozzi et al., 2002). Изучая нынешнее постиндустриальное общество, зарубежные и отечественные исследователи пришли к выводу, что культура влияет на экономическое поведение человека, а также на экономическое развитие в целом (Weber, 1978; Inglehart, 1997). В этой связи встает необходимость поиска культурно-универсальных и культурно-специфических факторов, влияющих на экономическое поведение. Сегодня в социальной психологии и смежных науках предложен ряд теоретико-эмпирических подходов к измерению культурно-психологических особенностей индивида (Hofstede, 1980; Inglehart, 1997; Schwartz, 2003; Leung, Bond, 2004).

С ужесточением санкций западных стран против России становится все более перспективной и крайне необходимой переориентация России на экономическое, политическое, военное, научное и культурное сотрудничество со странами Дальнего Востока —

«Разворот на Восток» (Караганов, 2014), в том числе и с Южной Кореей. В дальнейшем результаты и выводы исследования могут быть использованы при разработке рекомендации по формированию экономической политики России и Южной Кореи, а также при осуществлении сопровождения социально-экономической адаптации личности к иной социокультурной и экономической среде в данных странах.

Цель нашего поискового исследования состояла в выявлении и описании универсалий и специфики влияния ценностей на социально-экономические представления россиян и корейцев.

Социально-экономические представления личности

При рассмотрении роли сознания человека в процессе принятия экономического решения в социальной психологии используются термины «экономическое представление» и «экономические установки» как составляющие экономического сознания личности (Журавлев, Купрейченко, 2005).

Исследование психологических факторов социального и экономического поведения в зарубежной и отечественной литературе имеет большую историю. Среди зарубежных исследований можно привести кросс-культурный сравнительный анализ страхового поведения канадцев и американцев (Wharton, Harman, 1989), сравнительный анализ восприятия роли различных сфер услуг в США и Нидерландах (Goodwin, Verhage, 1989), сравнительное исследование отношения к налого-

обложению в Италии и Великобритании (Lewis et al., 2009).

В России в лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН было проведено множество эмпирических исследований (Журавлев, Купрейченко, 2005, 2007) по изучению взаимосвязи экономического сознания и других социально-экономических характеристик населения, способствующих в конечном итоге развитию экономики. Особое внимание уделялось исследованию отношения личности к деньгам (Горбачева, Купрейченко, 2006).

При изучении отношения к деньгам О.С. Дейнека и другие ученые используют такие понятия, как представления о деньгах, образ денег (Дейнека, 2000), денежные аттитюды и установки (Фенько, 2000).

Результаты исследования монетарных аттитюдов, проведенных А. Фернамом, выявили шесть ортогональных факторов: зависимость, власть — использование, планирование, безопасность — консерватизм, неадекватность, усилие — способность (Furnham, 1984). Автор пришел к выводу, что нерациональные потребители склонны видеть в деньгах способ решения проблем и чаще рассматривают деньги как основание для сравнения себя с другими людьми. Также они используют деньги для повышения самооценки, социального статуса, власти, при этом они, как правило, не удовлетворены своим финансовым положением.

В рамках настоящего исследования в качестве предикторов мы будем использовать набор социально-экономических представлений и монетарных аттитюдов в рамках

исследовательской работы коллектива Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований НИУ «Высшая школа экономики» на российской выборке: экономическая самостоятельность, экономический патернализм, удовлетворенность материальным благосостоянием, тревожность из-за денег, использование денег для управления другими людьми, сохранение-сбережение денег, контроль денег, недостаточность денег, связь действий-усилий с деньгами, а также позитивное представление конкуренции, готовность к риску (Лебедева, Татарко, 2011, с. 134–150).

Ценности и социально-экономические представления

Экономическое поведение определяется не только рациональным расчетом, но и разными психологическими факторами, в числе которых находятся ценности индивидов. Ценности являются важной составляющей в содержании культуры, которая может объяснять экономическое развитие, экономические установки (Лебедева, Татарко, 2011), поведение людей в сфере экономики — отношение к труду (Schwartz, 1992).

Как отмечают Шварц и Билски, ценности являются достаточно надежным средством для определения и предсказания собственного и чужого поведения (Schwartz, Bilsky, 1990).

В своих исследованиях Ш. Шварц развел новый теоретический и методологический подход к изучению ценностей, где выделил 10 ценностей (Schwartz, 1992), которые представляют собой мотивационный континуум. Позже он предложил новый

методологический подход к исследованию культур через призму уточненной теории базовых индивидуальных ценностей (с 19 ценностями), которые «фиксируют значимые различия мотиваций на континууме ценностей» (Schwartz et al., 2013). В нашем исследовании используются блоки ценностей и 19 ценностей уточненной теории.

Хотя ценности универсальны, ценностные приоритеты в различных культурах разные. Поэтому интересно исследовать, как связаны одинаковые ценности с одинаковыми социально-экономическими представлениями в разных культурах, в частности, в российской и корейской, так как ценностные приоритеты в этих культурах различаются.

Методика

Характеристики выборки. В исследовании приняли участие 375 респондентов. Характеристики выборки представлены в таблице 1.

Методики исследования. Для выявления индивидуальных ценностей и социально-экономических представлений московских и сеульских студентов использовались следующие методики на русском и корейском языках.

Методики оценки социально-экономических представлений личности

1. «Отношение к конкуренции» оценивалось с помощью соответствующего вопроса по 10-балльной шкале из WVS «Всемирного обзора ценностей» («Конкуренция вредна: она пробуждает у людей их худшие качества — «Конкуренция — это хорошо. Она побуждает людей напряженно работать и развивать новые идеи»).

2. Установка на «Экономическую самостоятельность». В исследовании по 10-балльной шкале оценивались экономическая самостоятельность и патернализм, где «1» — респондент склонен к патерналистскому обществу и полностью согласен с мнением «Правительство должно нести большую ответственность за то, чтобы все граждане были обеспечены», а «10» — с мнением «Люди должны сами себя обеспечивать и не надеяться на правительство».

3. Удовлетворенность материальным положением. Данное представление измерялось по 5-балльной шкале, оценивался уровень материального благосостояния респондента («Меня устраивает уровень моего материального благосостояния»).

4. Готовность к риску. Данный показатель измерялся по 5-балльной

Таблица 1
Половозрастной состав выборки

Группа	N	Пол				Возраст		
		муж.	%	жен.	%	min	max	M
Россияне	211	72	34.1	139	65.9	14	30	20.2
Корейцы	157	71	45.2	86	54.8	17	30	23.1
Всего	368	143	38.9	225	61.1	14	30	21.5

шкале, оценивались два измерения готовности к риску:

а) психологическая готовность к риску («Люди, которые знают меня, считают, что я осторожен»);

б) готовность к риску в инвестиционном поведении («Я больше предпочитаю банковские депозиты, чем рискованные инвестиции»).

5. Установка по отношению к деньгам. В исследовании по 5-балльной шкале оценивалось отношение к деньгам с помощью девяти шкал адаптированного опросника А. Фернана (см.: Лебедева, Татарко, 2011, с. 141–143), которые в последующем факторном анализе измеряются по трем признакам: значимости, внимательному отношению и тревожности к деньгам (например, «Мои деньги — это единственное, на что я могу рассчитывать»).

Методика измерения индивидуальных ценностей Ш. Шварца PVQ-R (Schwartz et al., 2012)

Индивидуальные ценности рассматривались в рамках четырех блоков ценностных ориентаций: *Сохранение, Открытость изменений, Самоутверждения и Самопреодоление*. Опросник на корейском языке был предоставлен автором методики Ш. Шварцем. Опросник был переведен и адаптирован психологами Католического университета Кореи (Choi, Lee, 2014).

Описание результатов

В ходе рассмотрения и изучения вопросов, связанных с социально-экономическими представлениями, мы провели эксплораторный фак-

торный анализ данных девяти шкал, определяющих отношение к богатству, и получили три фактора: «Значимость денег», «Внимательное отношение к деньгам» и «Финансовая пунктуальность» (см. таблицу 2).

Полученные факторы, характеризующие отношение к деньгам, далее будут использованы как зависимые переменные.

Графическое представление модели значимых связей блоков ценностей и социально-экономических представлений россиян и корейцев показаны на рисунках 1 и 2 соответственно. Характеристики моделей представлены в таблице 3.

Характеристики моделей показывают, что построенные модели удовлетворяют требованиям ($1 < \text{CMIN}/\text{df} < 3$; $\text{CFI} > .90$; $\text{RMSEA} < .100$; $\text{PCLOSE} > .05$; $\text{SRMR} < .09$) (Hu, Bentler, 1999), предъявляемым результатам структурного моделирования.

Результаты проведенного анализа показывают, что универсальными для данных двух групп оказываются позитивные связи блока ценностей *Самоутверждения* со значимостью денег и негативные — с удовлетворенностью материальным положением. Выявлена культурно-специфическая связь блока ценностей *Открытость изменениям* и позитивного отношения к конкуренции.

Обсуждение результатов

Как уже было сказано, в связи блока ценностей *Открытость изменениям* с позитивным отношением к конкуренции выявлена культурная специфика: у россиян — связь позитивная, а у корейцев — негативная. Данный результат может быть про-

Таблица 2

Результаты эксплораторного факторного анализа вопросов, направленных на оценку монетарных аттитюдов личности

Факторы	Утверждения	Россияне		Корейцы	
		Вес	%	Вес	%
F1. Значимость денег	Мои деньги — это единственное, на что я могу рассчитывать	.619	2.43 (26.95)	.520	2.09 (23.21)
	Деньги дают человеку большую власть	.687		.763	
	Я постоянно беспокоюсь о своем финансовом положении (обр.)	-.573		-.622	
	Ради денег я готов практически на все в рамках закона	.786		.678	
F2. Внимательное отношение к деньгам	Я всегда знаю почти до копейки, сколько денег у меня в кошельке или в кармане	.754	1.51 (16.72)	.852	1.51 (16.75)
	Я всегда знаю, сколько денег лежит на моем счете в банке	.853		.879	
F3. Финансовая тревожность	Я часто испытываю затруднения, принимая решения о трате денег независимо от суммы	.735	1.08 (12.00)	.799	1.32 (14.67)

Примечание. Вес — вес утверждения, % — процент объясняемой дисперсии и вес фактора.

Таблица 3

Показатели соответствия модели: влияние блоков ценностей на социально-экономические представления для россиян и корейцев

Группа	χ^2	df	CMIN/df	CFI	RMSEA	PCLOSE	SRMR
Россияне	43.28	23	1.882	.912	.065	.191	.0619
Корейцы	17.54	13	1.349	.961	.047	.483	.0680

интерпретирован следующим образом. Корея — это коллективистская культура, в которой каждый должен идеально вписаться в матрицу правил, норм и законов, и, как правило, если кореец попытается пойти про-

тив общества, то он станет его изгоем (Choi, 2001), т.е. корейцы более подвержены конформизму и ни при каких обстоятельствах не должны стремиться к самостоятельности.

Рисунок 1

**Модель влияния блоков ценностей на социально-экономические представления
в группе россиян**

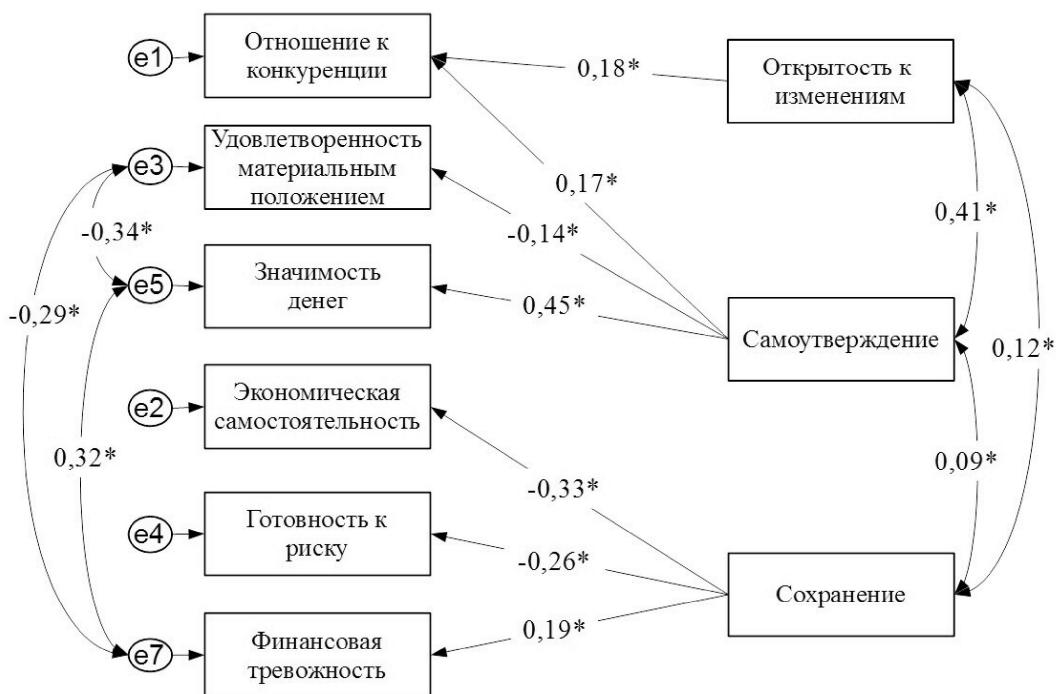
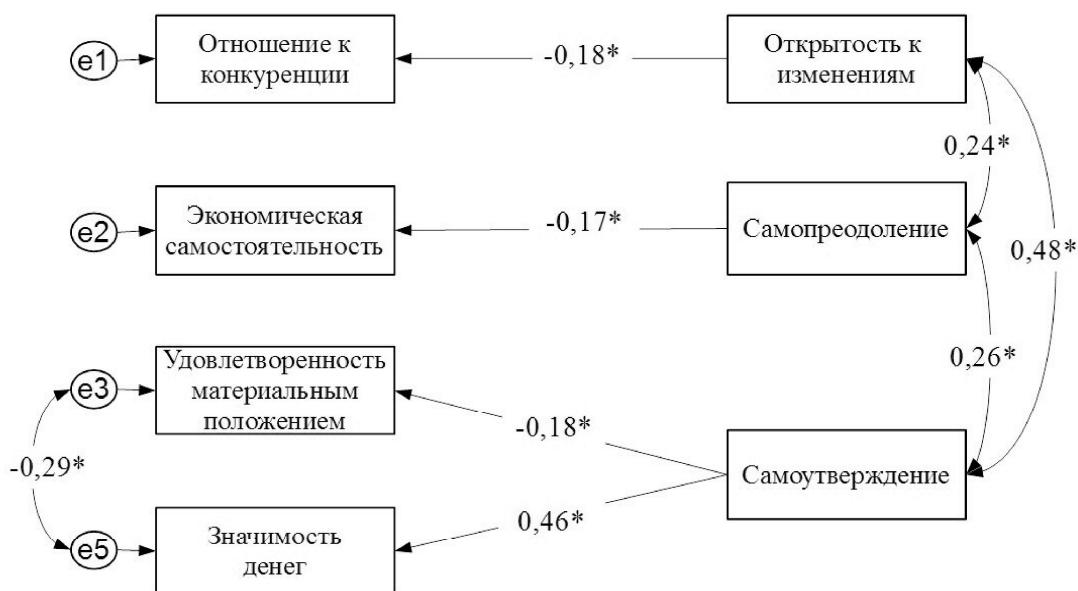


Рисунок 2

**Модель влияния блоков ценностей на социально-экономические представления
в группе корейцев**



Что касается влияния блока ценностей *Самоутверждение*, то здесь ценности оказывают положительное влияние на значимость денег и негативное — на удовлетворенность материальным положением в обеих группах. Это значит, что среди людей, принадлежащих к этим обществам, распространено представление о том, что для занятия высокой позиции в обществе необходимы власть и деньги, что может стать объяснением первой связи. Также при стремлении к власти и успеху людям нужны дополнительные усилия и средства: повышение квалификации, средства для инвестиций и т.д. В модели для группы корейцев блок ценностей *Самопреодоление* показал негативную связь с установкой на экономическую самостоятельность. Это может быть обусловлено особенностями мировоззрения конфуцианской Кореи, где стремление к богатству считается несовместимым с ценностями, входящими в блок *Самопреодоление* (благожелательность — чувство долга, благожелательность — забота, универсализм — забота о других, универсализм — забота о природе и универсализм — толерантность). Кроме того, возможно, что в нашей выборке корейцы, являющиеся студентами, пока еще не вступили в самостоятельную экономическую жизнь, для них достижение материального благополучия и среднего уровня жизни невозмож но без опеки государства.

Значимых связей между блоком ценностей *Сохранение* и экономическими представлениями у корейцев не обнаружено. Ценности данного

блока показали значимую связь с экономической самостоятельностью, готовностью к риску и финансовой тревожностью у россиян. Российские студенты оказались более склонны к патернализму, более обеспокоены финансовым состоянием и меньше готовы рисковать.

Выводы

Были выявлены связи ценностей и характеристик экономического поведения в обеих группах.

- В группе россиян блок ценностей *Открытость к изменениям* положительно связан с позитивным отношением к конкуренции. Ценности *Самоутверждения* положительно связаны со значимостью денег и позитивным отношением к конкуренции, отрицательно — с удовлетворенностью материальным положением. Ценности *Сохранения* имеют положительную связь с финансовой тревожностью, негативную связь — с готовностью к риску и экономической самостоятельностью.

- В группе корейцев блок ценностей *Открытость к изменениям* имеет лишь единственную негативную связь с позитивным отношением к конкуренции. Блок ценностей *Самоутверждение* позитивно связан со значимостью денег и негативно — с удовлетворенностью материальным положением. Блок ценностей *Самопреодоление* негативно связан с экономической самостоятельностью.

Была выявлена культурно-специфическая связь позитивного отношения к конкуренции и блока ценностей *Открытость изменений*.

Литература

- Горбачева, Е. И., Купрейченко, А. Б. (2006). Отношение личности к деньгам: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях. *Психологический журнал*, 27(4), 26–37.
- Дайнека, О. С. (2000). *Экономическая психология*. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета.
- Журавлев, А. Л., Купрейченко, А. Б. (2005). *Проблемы экономической психологии*. М.: Издательство «Институт психологии РАН».
- Журавлев, А. Л., Купрейченко, А. Б. (2007). *Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования*. М.: Издательство «Институт психологии РАН».
- Караганов, С. (2014, 26 августа). Вперед к Великому океану. *Российская газета*, с. 4. Режим доступа: <http://rg.ru/2014/08/26/usilenie.html>
- Лебедева, Н. М., Татарко, А. Н. (2011). *Ценности культуры и модели экономического поведения*. М.: Спутник.
- Фенько, А. Б. (2000). Проблема денег в зарубежных психологических исследованиях. *Психологический журнал*, 21(1), 50–62.
- Bagozzi, R., Gurhan-Canli, Z., & Priester, J. (2002). *The social psychology of consumer behaviour*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Cherrington, D. J. (1980). *The work ethic*. New York: American Management Association.
- Choi, K. W. (2001). A merged government ministry through organizational culture: A interpretative approach based on schema. *Review of Public Administration*, 35(3), 127–145. (на кор. яз.)
- Choi, J. W., & Lee, Y. H. (2014). Validation of the Korean version of the Portrait Values Questionnaire-Revised (PVQ-R). *The Korean Journal of Psychology*, 33(3), 553–593.
- Ericsson, K. A., & Simon, H. A. (1980). Verbal reports as data. *Psychological review*, 87(3), 215–251.
- Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5(5), 501–509.
- Goodwin, C., & Verhage, B. J. (1989). Role perceptions of services: a cross-cultural comparison with behavioral implications. *Journal of Economic Psychology*, 10(4), 543–558.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies* (Vol. 19). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Leung, K., & Bond, M. H. (2004). Social axioms: A model for social beliefs in multicultural perspective. *Advances in Experimental Social Psychology*, 36, 119–197.
- Lewis, A., Carrera, S., Cullis, J., & Jones, P. (2009). Individual, cognitive and cultural differences in tax compliance: UK and Italy compared. *Journal of Economic Psychology*, 30(3), 431–445.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25(1), 1–65.
- Schwartz, S. H. (2003). A proposal for measuring value orientations across nations. In Questionnaire Development Package of the European Social Survey (pp. 259–319).
- Schwartz, S. H. (2014). Rethinking the concept and measurement of societal culture in light of empirical findings. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(1), 5–13.

- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(5), 878.
- Weber, M. (1978). *Economy and society: An outline of interpretive sociology*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Wharton, J. D., & Harmatz, H. R. (1989). An exploratory investigation of how cultural attitudes relate to life insurance holdings: A cross-cultural comparison. *Journal of Economic Psychology*, 10(2), 217–227.



Цой Гунвон — аспирант, департамент психологии, факультет социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».

Сфера научных интересов: ценности, экономические представления, адаптация.

Контакты: gchoi@hse.ru



Лебедева Надежда Михайловна — профессор, департамент психологии, факультет социальных наук, заведующая лабораторией, Международная научно-учебная лаборатория социокультурных исследований, Экспертный институт, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», доктор психологических наук.

Контакты: nlebedeva@hse.ru



Татарко Александр Николаевич — доцент, департамент психологии, факультет социальных наук, ведущий научный сотрудник, Международная научно-учебная лаборатория социокультурных исследований, Экспертный институт, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», доктор психологических наук.

Контакты: tatarko@yandex.ru