



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Материалы Международной научно-
практической конференции
22-24 ноября 2012 года

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Институт психологии РАН
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия
The International Confederation for the Advancement of Behavioral Economics
and Economic Psychology

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Материалы

Международной научно-практической конференции

22-24 ноября 2012 года

*(посвященной памяти основателя
русской экономической психологии А.И. Китова)*

**Москва
2012**

УДК 330.16

ББК 88.4

Э40

Редакционная коллегия:

М.А. Федотова, д.э.н.,
А.Л. Журавлев, член-корр. РАН, д.пс.н.,
В.И. Авдийский, д.э.н.,
А.В. Юревич, член-корр. РАН, д.пс.н.,
И.Я. Лукасевич, д.э.н.,
Д.Е. Сорокин, член-корр. РАН, д.э.н.,
Ю.М. Забродин, д.пс.н.,
Д.А. Китова, д.пс.н.,
А.Б. Купрейченко, д.пс.н.,
Ж.В. Коробанова, к.пс.н.,
Ю.Е. Мужичкова, к.пс.н.

*Издание осуществлено при финансовой поддержке
Российского государственного научного фонда (грант №12-06-14178)*

Э40 Экономическая психология в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции 22-24 ноября 2012 года / Отв. ред. д. пс. н. А.Н. Лебедев. — М.: Экон-информ, 2012. — 262 с.
ISBN 978-5-9506-0957-2

В сборнике материалов международной научно-практической конференции «Экономическая психология в современном мире» (памяти А.И. Китова) представлены тезисы докладов участников. Материалы публикуются впервые, в авторской редакции. В тезисах полностью сохранены авторский стиль и форма изложения. Содержание тезисов носит дискуссионный характер. Мнения авторов могут не совпадать с мнением программного комитета конференции и редакционной коллегии. Сборник рассчитан на лиц, интересующихся современным состоянием исследований в области экономической психологии и поведенческой экономики в России и за рубежом.

УДК 330.16

ББК 88.4

ISBN 978-5-9506-0957-2

© Авторы научных статей, 2012
© Финансовый университет при Правительстве РФ, 2012

Financial University under the Government of the Russian Federation
Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences
North Caucasus State Humanities and Technological Academy
The International Confederation for the Advancement of Behavioral Economics
and Economic Psychology

ECONOMIC PSYCHOLOGY IN THE MODERN WORLD

*Materials of the International conference
(In memory of A.I.Kitov, the founder of Economic psychology
in Russia)*

**November 22-24, 2012
Moscow, Russia**

УДК 330.16
ББК 88.4
Э40

Economic psychology in the modern world: Materials of the International conference, November 22-24, 2012 / Editor Doctor of Science A.N. Lebedev. – Moscow: Ekon-inform, 2012. – 262 p.
ISBN 978-5-9506-0957-2

ISBN 978-5-9506-0957-2

© Authors of the papers, 2012
© Financial University under the Government
of the Russian Federation, 2012

Титова О.И., Синицин Д.Я.

Разработка критериев оценки денежного отношения как индикатора способностей к предпринимательской деятельности у старших подростков

Titova O.I., Sinicin D.Ya.

Development of criteria for monetary attitudes assessment to indicate the abilities of entrepreneurial activity in adolescence 201

Тугарева Е.В.

Динамика решений в двусторонних экономических сделках

Tougareva E.V.

Dynamics of decisions in two-way economic deals 204

Узденов Т.М.

Представления студентов о достижении экономического благополучия

Uzdenov T.M.

Students representations about economic wellbeing achievement 207

Чурило Н.В.

Жизненные ценности современной молодежи

Churilo N.V.

Vital values of modern youth 210

Шайдакова Н.В.

Психологические особенности подростков, ориентированных на «демонстративное потребление»

Shaydakova N.V.

Psychological features of the adolescences focused on «conspicuous consumption» 213

Шевцова О.В.

Социальный капитал и экономика с психологической точки зрения

Shevtsova O.V.

Social capital and economic development from a psychological perspective 216

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДРОСТКОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА «ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ»

*Н.В. Шайдакова
(Нижний Новгород, Россия)*

Ключевые слова: подростковый возраст, демонстративное потребление, социальный статус, социальная компетентность.

Подростковый возраст с точки зрения многих социологических и психологических концепций считается кризисным, поскольку происходят качественные изменения всех сторон жизни ребенка. Наиболее важными в это время становятся потребности, связанные со статусно-ролевым определением, обуславливающие поведение подростка, в том числе и в сфере потребления. Благосостояние родительской семьи подростка становится одним из аргументов в борьбе за высокий статус: старшеклассники соревнуются, сравнивая дорогие мобильные телефоны, марки одежды, автомобили, на которых их привозят в школу родители. Особенно данные практики распространены в так называемых «престижных школах».

Т. Веблен, американский экономист и социолог конца XIX в., ввел в научный оборот понятие, обозначающее стремление демонстрировать социальный и материальный статус посредством потребления определенных товаров и услуг — «демонстративное (или показное) потребление».

В современной психологии ряд исследователей (Н. Ордабаева, П. Шандон) объясняют показное потребление с точки зрения теории социального сравнения Л. Фестингера. Сравнивая себя со своим окружением, подросток стремится к определенным покупкам, чтобы не отстать от группы членства. Подобные покупки начинаются еще в младшем школьном возрасте, когда дети просят у родителей купить им такие же школьные принадлежности, игрушки, технические объекты (например, мобильный телефон) как у их одноклассников. Сравнение обычно происходит с теми, кто близко стоит на социальной лестнице.

В психологических исследованиях подчеркивается, что подобные сравнения могут приводить к девиациям среди школьни-

ков: чем выше уровень распространенности показного потребления в школьном обществе, тем больше риск совершения школьниками преступлений на этой почве.

В работах ряда зарубежных исследователей демонстративное потребление рассматривается в качестве средства повышения социального статуса у наименее обеспеченных групп населения (К. Басу и др.). Ярким примером такого поведения может служить частое обновление гардероба среди девочек-подростков.

Э. Пуринтон представляет показное потребление как компенсаторный механизм, помогающий преодолеть препятствия на пути удовлетворения нематериальных потребностей материальными способами. Например, покупка одежды, модной среди подростков, может служить способом получения уважения сверстников.

Подростковая среда — зеркальное отражение «взрослой» жизни: помимо прямого потребления (престижные вещи и предметы) критериями социальной иерархии здесь служат участие или неучастие в мероприятиях трудового воспитания, дежурства по классу, высокие отметки, поставленные благодаря влиянию родителей и т.п. Тем не менее, специфика применения социального феномена «показное/демонстративное потребление» в школьной среде, безусловно, требует более детального рассмотрения.

Целью представляемого исследования является изучение социально-психологических детерминант показного потребления подростков. В исследовании приняло участие 80 старшеклассников, из них 16 обучаются в обычной, а 64 — в престижной школе. В ходе исследования были использованы личностный опросник «Суверенность психологического пространства», тест-опросник самоотношения (ОСО), тест жизнестойкости, методика «Коммуникативные и организаторские способности» (КОС2) и диагностика эмоционального интеллекта Н.Холла. Идентификация распознавания и практики демонстративного потребления происходила на основе использования авторского опросника (Н.К. Радина, Н.В. Шайдакова).

В результате проведения корреляционного анализа, обнаружены корреляции между показным потреблением и суверенностью привычек ($r_s=263$, $p=0,05$), глобальным самоотношением ($r_s=370$, $p=0,01$), самоуважением ($r_s=258$, $p=0,05$), ожидаемым отношением других ($r_s=313$, $p=0,01$), самоинтересом ($r_s=291$, $p=0,01$), жизнестойкостью ($r_s=436$, $p=0,01$), вовлеченностью ($r_s=420$, $p=0,01$), кон-

тролем ($r_s=363$, $p=0,01$), принятием риска ($r_s=334$, $p=0,01$), коммуникативными способностями ($r_s=278$, $p=0,05$), и распознаванием эмоций других людей ($r_s=245$, $p=0,05$).

Таким образом, демонстративное потребление в подростковом возрасте положительно связано с социальной адаптированностью и ориентацией на окружающих. Следовательно, более «социабельные» подростки чаще используют показное потребление, т.к. оно наиболее вероятно обеспечивает повышение социального статуса в подростковой группе. Таким образом, «социальная компетентность» подростков конвертируется в практику «престижного потребления».

Изучение феномена «показного/демонстративного потребления» требует дальнейшего всестороннего изучения. Следует отметить, все большинство исследований в этой области выполнены на американской и европейской выборке, поэтому важно изучить феномен показного потребления именно на российской выборке.

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE ADOLESCENCES FOCUSED ON «CONSPICUOUS CONSUMPTION »

N.V. Shaydakova
(Nizhny Novgorod, Russia)

Keywords: adolescence, conspicuous consumption, social status, social competence.

Научное издание

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

*Материалы Международной научно-практической конференции
22-24 ноября 2012 года
(посвященной памяти основателя
русской экономической психологии А.И. Китова)*

Компьютерная верстка: С.М. Буянова

Подписано в печать 25.10.2012 г. Формат 60х90 1/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 16,5. Заказ 2111. Тираж 300 экз.

Отпечатано ЗАО «Экон-информ»

129329, Москва, ул. Ивовая 2. Тел. (499) 180-9305

www.ekon-inform.ru; e-mail: eeep@yandex.ru