
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

ЭКОНОМИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛИЧНОСТИ С РАЗНЫМ ТИПОМ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ

© 2012 г. Н. А. Журавлева

Кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт психологии РАН, Москва

Изложены результаты исследования экономико-психологических характеристик личности с разным типом ценностных ориентаций. Опрошено 745 чел. – жителей Московского региона. Согласно полученным результатам, различия в иерархии ценностных приоритетов оказывают значительное влияние как на структуру экономических представлений, так и на выбор той или иной стратегии экономического поведения. Каждый из психологических типов имеет принципиально отличные от других экономико-психологические характеристики личности. Система ценностей играет важную роль в формировании экономических представлений о таких объектах, как деньги, материальное благосостояние, богатство и наиболее эффективные направления вложения доходов.

Ключевые слова: тип ценностных ориентаций, экономические представления, отношение к деньгам, социальные представления о материальном благосостоянии, богатстве и наиболее эффективных направлениях вложения доходов.

Переход российской экономики к системе рыночных отношений характеризовался появлением разных видов социально-экономической деятельности людей. Расширилось пространство потребительского поведения, изменились структура и формы сбережения денег, возродилось инвестиционное поведение, стал активно реализовываться предпринимательский тип социально-экономического поведения. Наряду с увеличением числа источников денежного накопления и изменением их структуры отмечается резкая дифференциация уровня доходов населения России. В связи с этим особого внимания заслуживает изучение экономического сознания личности, различные компоненты которого в последние два десятилетия интенсивно трансформировались у подавляющего большинства российского населения. Значительные изменения коснулись экономических представлений личности о таких объектах, как деньги, богатство, благосостояние, собственность [1–3, 5, 8–10, 12–14, 16–20].

Экономическое сознание и экономическое поведение личности в значительной степени обусловлены культурными, экономическими, социальными, политическими факторами. При этом и отношение к экономическим объектам, и поведение в сфере потребления во многом определяются психологическими особенностями личности, с

нашей точки зрения, прежде всего типом ее ценностных ориентаций, который мы рассматриваем как опосредствующий фактор в процессе влияния социально-экономических условий в обществе на экономические представления личности. Цель данного исследования – проанализировать экономико-психологические характеристики личности, отличающейся разным типом ценностной направленности. Основное *предположение* заключается в том, что люди, придающие разную значимость деньгам, по-разному относящиеся к богатству, материальному благосостоянию, имеющие различные установки на те или иные формы экономического поведения, прежде всего, характеризуются разной структурой ценностных ориентаций.

Среди ранее выполненных исследований психологических факторов экономических представлений личности следует отметить работу А.Л. Журавлева и И.М. Осипенко, в которой были установлены взаимосвязи психологических характеристик студентов и значимости для них материальных благ [7]. Выявлена отрицательная корреляционная связь между степенью значимости денег и показателями мотивации достижения успеха, а также показателями общей интернальности личности и интернальности в области достижений. Чем выше мотивация достижения

успеха и уровень субъективного контроля личности, тем менее значимы для нее деньги. Было показано, что для наиболее активной молодежи, ориентированной на успех в деловой сфере, деньги не являются самоцелью экономической активности. Выявлена положительная связь между оценками степени удовлетворения потребительских интересов и оценками по шкале общей интернальности. Молодые люди, имеющие высокий уровень субъективного контроля и полагающиеся, прежде всего, на свои силы, более удовлетворены итогами своей экономической активности. Они чаще отдают предпочтение работе на предприятиях частной формы собственности, а также более склонны к деятельности в условиях риска и неопределенности.

Среди работ, в которых предпринимались попытки выявить личностные детерминанты отношения к деньгам, также следует выделить исследование мотивационно-волевых коррелятов денежного поведения и отношения к деньгам, выполненное О.С. Дейнека [4]. Было обнаружено, что решительные и самостоятельные люди не относятся к деньгам сверхзначимо. Целеустремленные люди тратят деньги более согласованно со своими целями и поэтому меньше переживают о результатах трат. Люди с выраженным мотивом достижения отличаются развитым финансовым самоконтролем. Интерналы также отличаются финансовым самоконтролем и способностью к финансовым накоплениям. На выборке старшеклассников экстернальность оказалась связанной не только с повышенной значимостью денег, но и со склонностью к большим тратам. Чем выше самооценка, тем меньше проявляется фактор “деньги – престиж” и меньше переживаний из-за трат.

Ряд исследователей обращают внимание на то, что отношение к деньгам изменяется по мере развития личности. В исследовании М.Ю. Семенова на примере группы 40–65-летних выявлены и описаны социально-психологические особенности отношения к деньгам у людей с разным уровнем личностной зрелости [15]. Выявлено, что эти особенности проявляются на уровне ценностей, потребностей и степени их удовлетворения, социальных установок, в переживаниях, связанных с деньгами, и мотивах использования денег.

Показано, что происходящие в человеке изменения, обусловленные личностным ростом, приводят к выраженному снижению ценности денег и в целом – повышению уровня его финансовой удовлетворенности. Так, в жизненных целях обычных людей лидирующее положение занима-

ют монетарные ценности и выраженной является ориентация на то, чтобы сделать жизнь богаче или принципиально изменить свое финансовое положение. У людей же с высоким уровнем личностной зрелости преобладают духовные ценности. Полученные результаты свидетельствуют о том, что у них чаще встречается общая направленность на творчество и познание нового, выражены мотивы путешествовать, самореализовываться, заниматься любимым делом. Стремление к творчеству, познанию, саморазвитию, оказанию альтруистической помощи другим людям также чаще составляют основу их мотивации расходования денег.

В работе О.Н. Марковой на выборке предпринимателей малого и среднего бизнеса были описаны психологические особенности отношения к собственности у опрошенных с разным типом личностной зрелости [11]. По результатам исследования автор делает вывод о том, что высокий уровень личностной зрелости предпринимателей обеспечивает просоциальный уровень их отношения к собственности, характеризующийся использованием собственности не только для удовлетворения личных потребностей и деловых интересов, но и для улучшения социальной действительности в целом.

МЕТОДИКА

Для изучения ценностных ориентаций личности использовался адаптированный вариант методики М. Рокича “Ценностные ориентации”. Для диагностики психологических свойств личности применялись шкалы 16-факторного опросника Кэттелла (форма С): фактор *MD* “адекватность самооценки”, фактор *G* “подверженность чувствам – высокая нормативность поведения”, фактор *H* “робость – смелость”, фактор *L* “доверчивость – подозрительность”, фактор *M* “практичность – мечтательность” и фактор *Q2* “конформизм – неконформизм”. Для выявления преобладающего типа отношения личности к людям была использована методика диагностики межличностных отношений Т. Лири. Для изучения различных характеристик экономического сознания личности применялась специальная программа опроса [6]. Для выявления наиболее распространенных психологических типов ценностных ориентаций личности в современном российском обществе использовался кластерный анализ и *T*-критерий Стьюдента, позволяющие установить различия между этими типами.

Исследование выполнено в середине прошлого десятилетия и по своей проблематике относится к исторической психологии личности. Выборку исследования составили жители Московского региона. Было опрошено 745 чел., которые распределились по следующим социальным группам: работники государственных предприятий (88 чел.); работники предприятий без образования юридического лица (88 чел.); работники открытых акционерных (83 чел.) и закрытых акционерных обществ (83 чел.); военнослужащие по ведомству МО РФ (75 чел.); предприниматели сферы малого бизнеса (85 чел.); безработные (80 чел.); студенты (88 чел.) и старше школьники (75 чел.). Они были уравнены по демографическим критериям: полу и возрастным категориям (18–25, 36–45 и 46–55 лет). Выбор исследуемых групп производился по следующим критериям: по основному роду занятий (работающие, учащиеся и безработные), по форме экономической деятельности (наемные работники и предприниматели различных сфер малого бизнеса), по форме собственности предприятий, на которых работали респонденты (работники государственных и частных предприятий, открытых и закрытых акционерных обществ).

РЕЗУЛЬТАТЫ

Психологические типы ценностных ориентаций личности в современном российском обществе. По результатам исследования выявленные сочетания ценностных ориентаций интегрируются в следующих типах ценностной направленности личности (табл. 1 и 2).

Тип 1. Социально ответственный тип, ориентированный на межличностные отношения. К этому типу относится наибольшее число – треть опрошенных (28%). Респонденты данного типа, прежде всего, характеризуются направленностью на семью, работу и общение с друзьями. Ведущее положение среди инструментальных ценностей занимают ориентации на ценности социальной ответственности и этические ценности: честность, ответственность, терпимость и воспитанность. В структуре жизненных ценностей направленность на профессиональную самореализацию (работу в ряду терминальных ценностей и исполнительность в ряду инструментальных ценностей) является максимально выраженной по выборке и преобладает над значимостью экономических ценностей (материальной обеспеченности

Таблица 1. Распределение рангов терминальных ценностей у представителей разных психологических типов

Терминальные ценности	Типы ценностных ориентаций				
	Тип 1 Социально ответственный	Тип 2 Активный	Тип 3 Ориентированный на самоутверждение	Тип 4 Ориентированный на достижение материального благополучия семьи	Тип 5 Ориентированный на достижение богатства
Здоровье	1	1	1	1	1
Семья	2	2	11	2	2
Любовь	5	4	3	5	3
Работа	3	3	8	4	5
Материальная обеспеченность	6	5	5	3	4
Друзья	4	6	4	7	6
Уверенность в себе	7	7	6	6	9
Свобода	8	8	2	8	8
Мудрость	9	10	7	9	14
Активная жизнь	13	9	10	10	10
Богатство	12	17	14	12	7
Познание	10	15	9	11	18
Счастье других	11	12	16	13	17
Творчество	14	13	12	14	15
Красота	15	14	13	17	12
Собственность	16	11	17	15	16
Развлечения	18	16	15	16	11
Бессмертие	17	18	18	18	13

Таблица 2. Распределение рангов инструментальных ценностей у представителей разных психологических типов

Инструментальные ценности	Типы ценностных ориентаций				
	Тип 1 Социально ответствен- ный	Тип 2 Активный	Тип 3 Ориентирован- ный на само- утверждение	Тип 4 Ориентированный на достижение ма- териального благо- получия семьи	Тип 5 Ориентиро- ванный на достижение богатства
Образованность	2	3	2	2	2
Честность	1	13	9	12	11
Твердая воля	7	7	1	3	6
Предприимчивость	13	10	7	1	3
Ответственность	3	4	5	5	12
Терпимость	4	1	12	14	13
Эффективность	12	11	4	4	5
в делах					
Независимость	9	8	3	6	4
Самоконтроль	6	2	10	9	10
Смелость в отстаивании	11	5	6	7	9
взглядов					
Жизнерадостность	8	6	8	15	7
Богатство	15	18	16	18	1
Воспитанность	5	9	14	16	15
Широта взглядов	16	12	11	10	18
Рационализм	18	16	13	8	14
Исполнительность	10	17	19	11	17
Чуткость	14	14	15	19	16
Собственность	19	19	18	13	8
Непримиримость к недостат- кам в себе и других	17	15	17	17	19

в ряду ценностей-целей, собственности в ряду ценностей-средств). Для представителей данного типа высокозначимой является направленность на межличностные отношения и социальную ответственность. Относительно низкозначимыми выступают ценности активного проведения досуга и самоутверждения: развлечения, смелость в отстаивании взглядов, независимость, свобода и твердая воля. Значительно менее важными для представителей этого типа, по сравнению с другими опрошенными, являются прагматические ценности: эффективность в делах, предприимчивость и рационализм.

Опрошенные, принадлежащие к данному типу ценностной направленности, чаще других в своей деятельности характеризуются низко выраженным стремлением к соревнованию с другими людьми, а также высокой оценкой собственных возможностей (высокими значениями по фактору *MD*). Чаще, чем другим, им свойственны низкие значения по фактору *H*, т.е. эмоциональная сдержанность, деликатность, внимание к другим

людям. Данный тип ценностной направленности одинаково часто представлен в выборке мужчин (26%) и женщин (29%). К нему принадлежат респонденты всех возрастных категорий (23–25%), но преобладают опрошенные старше 35 лет (39–43%), а в наименьшей степени он представлен молодежью 18–25 лет (16%). Среди представителей рассматриваемого личностного типа преобладают работники государственного сектора экономики: госпредприятий и военнослужащие (40%), а также работники открытых акционерных обществ (бывших крупных госпредприятий) – 36%. Этот тип ценностных ориентаций одинаково часто встречается во всех других социальных группах (20–26%).

Тип 2. Активный тип, ориентированный на ближайшее социальное окружение характеризует 17% респондентов. Наиболее приоритетными для представителей этого типа являются ориентации на семью, работу и любовь. Основные жизненные цели опрошенных этого типа связаны, прежде всего, с достижением семейного благопо-

лучия. Значимость ценности семьи для опрошенных второго и четвертого типов максимальна по выборке. Первостепенное значение для этого личностного типа среди инструментальных ценностей имеют ценности социальной ответственности: терпимость, самоконтроль, ответственность, воспитанность. Обращает на себя внимание общая активность его жизненной позиции, основными чертами которой являются ориентации на активную жизнь, смелость в отстаивании взглядов и непримиримость к недостаткам в себе и других. Представителями этого типа низко ранжируется комплекс экономических ценностей: богатство как терминальная ценность и собственность как инструментальная. Относительно низкокритичны для респондентов этого типа и прагматические ценности: предприимчивость и эффективность в делах.

К личностным особенностям опрошенных данного типа ценностной направленности относятся низкие значения по факторам *L* и *Q2*, т.е. открытость, доброжелательность, терпимость, легкость в налаживании социальных контактов, а также предпочтение работать и принимать решения вместе с другими людьми, ориентация на социальное одобрение. Данный тип часто характеризуется низкой выраженностью прямолинейно-агрессивного типа отношения к людям, т.е. настойчивостью в достижении целей и энергичностью. Данная структура ценностных ориентаций чаще встречается среди женщин (21%), чем среди мужчин (11%). Этот тип составляют представители всех возрастных групп (15–18%), однако чаще опрошенные в возрасте 18–25 лет (21%) и реже – респонденты старше 45 лет (13%). К данному типу в 18–22% случаев принадлежат представители разных социальных групп, реже – работники государственных предприятий (15%) и безработные (14%), еще реже – военнослужащие (5%).

Тип 3 – Ориентированный на самоутверждение. К нему относятся 16% опрошенных. Жизненная позиция личности этого типа связана с направленностью на свободу, любовь и общение с друзьями. Среди инструментальных ценностей большое значение имеет ориентация на самоутверждение: твердость воли, независимость, эффективность в делах, смелость в отстаивании взглядов. Этот личностный тип отличается выраженной направленностью на творческую самореализацию и духовные ценности: мудрость, познание, активную жизнь, широту взглядов, творчество. Значительно менее важными для респондентов этого типа, по сравнению с другими

опрошенными, являются ориентации на профессиональную самореализацию: работу и исполнительность. Относительно низкий ранг занимает ценность материальной обеспеченности (5-е место). В большей степени, чем других опрошенных, представителей этого типа характеризует стремление к соревнованию с другими людьми в своей деятельности, а также высокие значения по фактору *H*, т.е. смелость, предприимчивость, активность, готовность к риску, способность принимать неординарные решения, склонность к авантюризму и проявлению лидерских качеств. Представителей данного типа часто отличают низкие значения по фактору *G*, т.е. импульсивность, гибкость по отношению к социальным нормам. Часто им свойственна выраженность властно-лидирующего и прямолинейно-агрессивного типов отношения к людям. Первый из этих типов отличается такими особенностями, как завышенная оценка собственных возможностей, нетерпимость к критике, потребность руководить другими, а другой тип характеризуется настойчивостью в достижении целей, строгостью в оценке окружающих, прямолинейностью, вспыльчивостью.

К этому типу несколько чаще принадлежат мужчины (19%), чем женщины (14%); чаще к нему относятся молодые опрошенные в возрасте до 25 лет (23–24%), чем представители возрастных категорий 26–45 лет (11–15%) и старше 45 лет (7%). Рассматриваемый тип ценностных ориентаций в основном характеризует учащуюся молодежь: старших школьников и студентов (25–26%), а также работников частного сектора экономики: индивидуальных частных предприятий и закрытых акционерных обществ (20–21%). Среди представителей других социальных групп он встречается в 11–13% случаев, а реже всего к нему принадлежат работники государственного сектора экономики: госпредприятий и военнослужащие (8%).

Тип 4 – Ориентированный на достижение материального благополучия семьи. Он выступает вторым по частоте встречаемости и охватывает четверть респондентов (25%). В качестве основных жизненных целей этого типа личности выступают ориентации на семью, материальную обеспеченность и работу. Ценностное сознание данного личностного типа в наибольшей степени по выборке характеризуется направленностью на счастливую семейную жизнь. Среди инструментальных ценностей лидирующее положение занимают деловые качества и упорство в достижении целей: предприимчивость, твердая воля, эффективность в делах, ответственность и рационализм. В структуре инструментальных ценно-

стей значимость прагматических ценностей преобладает над значимостью этических. Последние не входят в систему первых десяти жизненных ценностей: чуткость занимает последнюю, 19-ю ранговую позицию, воспитанность – 16-ю, терпимость – 14-ю, честность – 12-ю. Сравнительно низкозначимыми для представителей этого типа являются ценности активного проведения досуга: общение с друзьями, развлечения и жизнерадостность.

К личностным особенностям опрошенных с данным типом ценностных ориентаций относятся: высоко выраженное стремление к соревнованию с другими людьми, а также высокие значения по фактору *G*, т.е. ответственность, уравновешенность, настойчивость в достижении целей, деловая направленность. Данная структура ценностных ориентаций одинаково часто характеризует мужчин (26%) и женщин (25%). Этот тип составляют опрошенные, относящиеся к разным возрастным категориям (24–25%), но несколько чаще к нему принадлежат респонденты в возрасте 26–35 лет (31%). Прежде всего, к данному типу ценностной направленности относятся предприниматели (40%), военнослужащие (34%), безработные (30%) и работники закрытых акционерных обществ (27%). В 21–23% случаев он встречается в других социальных группах. Реже всего этот личностный тип характеризует представителей учащейся молодежи: студентов и старших школьников (16–17%).

Тип 5 – Ориентированный на достижение высокого уровня материального благосостояния. К нему относится наименьшее число (14%) опрошенных. Наиболее приоритетными жизненными целями респондентов, характеризующихся данным типом ценностных ориентаций, являются ориентации на семью, любовь и материальную обеспеченность. Ведущее положение в ряду инструментальных ценностей занимают: достижение высокого уровня материального благосостояния и ориентации на прагматические ценности (предприимчивость, независимость и эффективность в делах). Значительно менее важными для опрошенных с данной структурой ценностных ориентаций являются этические ценности: честность, терпимость, воспитанность и чуткость, а также ориентации на волевые ценности: уверенность в себе, самоконтроль, ответственность и исполнительность.

В структуре терминальных ценностей также обнаруживается выраженная направленность на достижение богатства (7-е место). Большое значение для этого личностного типа имеют такие

жизненные цели, как собственность, развлечения и красота. Сравнительно низко ими ранжируются ценности духовного развития: мудрость – 14-е место по значимости, познание и широта взглядов – 18-е.

Личностные характеристики опрошенных этого типа отличают низкие значения по фактору *MD*, т.е. склонность занижать свои возможности, критичность по отношению к себе, а также низкие значения по фактору *G*, т.е. импульсивность, гибкость по отношению к социальным нормам. Для данного личностного типа характерны высокие значения по факторам *L* и *Q2*, т.е. подозрительность, эгоцентричность, а также неконформизм, независимость, следование по самостоятельно выбранному пути. Данный тип часто характеризуется выраженностью недоверчиво-скептического отношения к людям, т.е. неконформностью, недоверчивым отношением к окружающим, замкнутостью. Этот тип ценностных ориентаций чаще характеризует мужчин (18%), чем женщин (11%), прежде всего, молодых опрошенных в возрасте до 35 лет (15–18%), а также в 7% случаев он встречается в возрастной группе 36–45 лет и в 12% – у респондентов старше 45 лет. К данному личностному типу относятся чаще всего представители наименее социально защищенных социальных групп: старшие школьники и неработающие респонденты (19–20%), в других социальных группах он встречается в 12–16% случаев. Реже всего к нему относятся представители наиболее защищенных социальных групп: предприниматели (7%) и работники открытых акционерных обществ (9%).

Отношение к деньгам личности с разным типом ценностных ориентаций. В рамках данного исследования был выполнен анализ отношения современной личности к деньгам, включающий изучение социальных представлений о роли денег в индивидуальной и общественной жизни, его ценностного (значимости денег для личности), мотивационного (интенсивности желания личности иметь деньги) и эмоционального (степени щедрости, проявляющейся в обращении с деньгами) компонентов. Результаты корреляционного анализа ($p < 0.01$) психологической значимости денег и ценностных ориентаций личности свидетельствуют о том, что высокая значимость денег, в первую очередь, характеризует респондентов, отличающихся выраженной ориентацией на богатство, материальную обеспеченность и собственность. А менее всего деньги значимы для лиц, в структуре ценностей которых приоритетное

положение занимают ориентации на творчество, познание, общение с друзьями и честность.

В результате сравнительного анализа отношения к деньгам личности с разным типом ценностных ориентаций были получены следующие данные. Выраженность таких показателей, как интенсивность желания иметь деньги, а также в целом их значимость, от первого личностного типа к пятому возрастает. Опрошенные, принадлежащие к социально ответственному типу ценностных ориентаций, реже других характеризуются высокой значимостью денег (33%) и очень высоким желанием иметь деньги (35%), тогда как для опрошенных, ориентированных на достижение богатства, эти показатели максимальны по выборке (57 и 50%). При этом степень щедрости личности, проявляющаяся в обращении с деньгами, наоборот, от первого к пятому типу снижается (см. табл. 3).

От первого типа ценностной направленности к пятому возрастает в целом позитивность оцен-

ки роли денег в индивидуальной и общественной жизни. Как видно из табл. 3, социальных представлений о том, что деньги возвышают человека, а также делают его жизнь содержательной и счастливой, придерживаются 58–60% респондентов, принадлежащих к социально ответственному и активному типам ценностной направленности, 61–62% опрошенных, направленных на самоутверждение, 66–69% тех, кто, в первую очередь, ориентирован на достижение материального благополучия семьи, и 72–76% опрошенных, ориентированных на достижение высокого уровня материального благосостояния. Свое согласие с утверждением, что ради денег стоит жить, выразили лишь 7–11% респондентов, характеризующихся первыми четырьмя типами ценностной направленности, тогда как среди опрошенных, ориентированных, в первую очередь, на достижение богатства, так полагают 28%.

При этом от первого к пятому типу отмечается снижение частоты встречаемости нейтральных и

Таблица 3. Социальные представления о деньгах представителей разных психологических типов (%)

Социальные представления о деньгах	Типы ценностных ориентаций				
	Тип 1 Социально ответственный	Тип 2 Активный	Тип 3 Ориентиро- ванный на самоутвер- ждение	Тип 4 Ориентированный на достижение материального благополучия семьи	Тип 5 Ориентиро- ванный на достижение богатства
Очень высокая значимость денег	33	40	39	39	57
Очень высокое желание иметь деньги	35	44	43	43	50
Щедрость, проявляющаяся в обращении с деньгами	72	60	57	52	53
Социальные представления личности о модальности роли денег в индивидуальной и общественной жизни					
Все беды в обществе идут от денег	29	21	31	19	16
Деньги изменяют людей в худшую сторону	40	42	43	34	26
Ничего хорошего в деньгах нет	23	33	29	14	16
Деньги – это лишь средство существования человека в обществе	80	83	67	90	68
Наличие денег есть показатель значимости человека в обществе,	58	58	61	66	72
т.е. деньги возвышают человека					
Деньги делают жизнь человека содержательной и счастливой	60	59	62	69	76
Ради денег стоит жить	10	7	11	8	28

Примечание. Превышение 100% по колонке объясняется тем, что респондентам было предложено оценить каждую позицию по 7-балльной цифровой шкале.

негативных оценок роли денег в индивидуальной и общественной жизни. Если 23–33% респондентов, принадлежащих к первым трем типам, считают, что ничего хорошего в деньгах нет, то среди представителей ценностной направленности на достижение материального благополучия семьи и богатства так полагают лишь 14–16%. Более трети (40–43%) опрошенных социально ответственного и активного типов, а также ориентированных на самоутверждение согласны с утверждением, что деньги портят людей. А в группе респондентов, в первую очередь ориентированных на достижение материального благополучия семьи, такого мнения придерживается только каждый третий (34%), а среди опрошенных с выраженной направленностью на достижение богатства такие ответы встречаются еще реже, лишь у каждого четвертого (26%).

Результаты исследования социальных представлений о функции денег в жизни личности показали, что опрошенных, принадлежащих к соци-

ально ответственному и активному типам (типы 1 и 2), отличает в целом более низкая социальная значимость денег. Как показано в табл. 4, они реже других опрошенных (31%) отмечают свое согласие с социальными представлениями о том, что именно деньги являются средством достижения значимых целей в жизни (17–20%). Так же как и представители третьего и четвертого типов, они реже, чем опрошенные, ориентированные на достижение богатства (29%), считают, что деньги, прежде всего, позволяют удовлетворять любые желания (15–19%). Они реже полагают, что именно деньги дают возможность стать значимым, уважаемым человеком (6–9%), а также что только с их помощью можно хорошо проводить время и развлекаться (3–4%). В группе же респондентов с выраженной направленностью на самоутверждение и богатство такие ответы зафиксированы несколько чаще – в 11–12% и 9% случаев соответственно. Среди представителей социально ответственного и активного типов ценностной на-

Таблица 4. Социальные представления личности о функции денег в своей жизни представителей разных психологических типов (%)

Социальные представления о деньгах	Типы ценностных ориентаций				
	Тип 1 Социально ответственный	Тип 2 Активный	Тип 3 Ориентированный на самоутверждение	Тип 4 Ориентированный на достижение материального благополучия семьи	Тип 5 Ориентированный на достижение богатства
Позволяют удовлетворять необходимые физиологические потребности и поддерживать здоровье	57	54	49	53	44
Являются средством достижения значимых целей в жизни	17	20	31	31	31
Позволяют чувствовать себя в безопасности	23	11	12	17	16
Позволяют удовлетворять любые свои желания	16	19	19	15	29
Помогают стать значимым, уважаемым человеком	6	9	11	6	12
Позволяют сделать жизнь такой, какой она должна быть, т.е. создавать нормальные условия жизни	56	53	41	56	49
Позволяют помогать другим людям	13	14	9	7	7
Позволяют совершенствовать себя, духовно и физически расти	8	13	9	12	9
Позволяют хорошо проводить время, развлекаться, шиковать	3	4	9	2	9
Можно обходиться и без денег	1	2	10	1	0

Примечание. Превышение 100% по колонке объясняется тем, что респондентам было предложено оценить каждую позицию по 7-балльной цифровой шкале.

правленности (типы 1 и 2) чаще, чем в трех других (7–9%), встречаются социальные представления о том, что деньги, в первую очередь, позволяют помогать другим людям (13–14%). Опрошенные этого психологического склада чаще придерживаются взглядов о том, что деньги, прежде всего, создают нормальные условия жизни (53–56%) и позволяют удовлетворять самые необходимые потребности (54–57%). А респонденты с выраженной направленностью на самоутверждение и богатство так полагают значительно реже – в 41–49% и 44–49% случаев соответственно.

Таким образом, ценностные ориентации во многом определяют отношение личности к деньгам. Как показывают результаты исследования, каждый из психологических типов характеризуют принципиально отличные от других социальные представления личности о ценности и роли денег в жизни.

Экономические представления личности с разным типом ценностных ориентаций. При описании типов ценностных ориентаций личности ниже использованы только те статистические данные, которые соответствуют значимым

($p \leq 0.05$) отличиям каждого из типов как минимум от трех других. Полученные результаты свидетельствуют о том, что экономические представления личности, характеризующейся социально ответственным типом ценностной направленности, ориентированным на межличностные отношения (**тип 1**), отличаются следующим:

Социальные представления о предпочтительной величине доходов опрошенных данного психологического типа характеризуются сравнительно низкими экономическими притязаниями, которые значительно ниже средних значений по изучавшейся выборке. Ежемесячный доход, который желательно было бы иметь, чтобы чувствовать себя богатым человеком, по мнению представителей данного личностного типа, в среднем составляет 28 343 долл. Структуру экономических представлений о наиболее эффективных денежных вложениях отличает духовная направленность. Респонденты рассматриваемого психологического типа (33%), особенно женщины, чаще, чем другие опрошенные (16–25%), проявляют выраженную установку на помогающее экономическое поведение (см. табл. 5). Социальные представления о

Таблица 5. Социальные представления о наиболее эффективных направлениях вложения доходов представителей разных психологических типов (%)

Социальные представления о наиболее эффективных направлениях вложения доходов	Типы ценностных ориентаций				
	Тип 1 Социально ответственный	Тип 2 Активный	Тип 3 Ориентированный на самоутверждение	Тип 4 Ориентированный на достижение материального благополучия семьи	Тип 5 Ориентированный на достижение богатства
Приобретение недвижимости, приносящей прибыль	33	22	35	37	33
Приобретение квартиры, дома, гаража и т.п.	33	29	28	34	36
Помощь близким людям	33	37	25	25	16
Расширение (открытие) собственного бизнеса	17	21	26	23	20
Открытие счета в банке на выгодных условиях	22	20	18	24	18
Путешествия	13	20	10	17	14
Приобретение ценных бумаг банков, предприятий, фирм	7	17	12	16	19
Приобретение дорогой одежды, мебели, машины	6	15	10	7	10
Покупка золота, драгоценностей, твердой валюты	2	6	6	3	8
Направить на общественные нужды, пожертвования	4	3	4	2	4

Примечание. Превышение 100% по колонке объясняется тем, что респонденты имели возможность выбрать три варианта ответа.

наиболее эффективных направлениях вложения доходов связаны, в первую очередь, с возможностью по-крупному помогать близким.

Как видно из табл. 6, социальные представления о материальном благосостоянии данной группы несколько чаще, по сравнению с другими (34–40%), состоят в обеспечении себя и своей семьи всем необходимым и соответствуют второму (из пяти предложенных) уровню постановки целей деловой активности (44%). При этом в ответах реже, чем в других группах (14–18%), встречается постановка самой высокой из представленных целей, которая заключается в стремлении разбогатеть так, чтобы всей семьей полноценно жить на дивиденды (8%).

В структуре социальных представлений о богатстве опрошенных, характеризующихся социально ответственным типом ценностной направленности, преобладают его духовные критерии. Они чаще, по сравнению с другими ценностными типами (28–39%), заключаются в возможности иметь высокооплачиваемую работу (47%). Чаще, чем среди опрошенных других психологических типов (31–40%), богатство связывается и с возможностью не думать о завтрашнем дне в силу своей состоятельности (47%). Также высокочастотными (43%), по сравнению с другими типами (26–36%), особенно среди женщин, являют-

ся социальные представления о богатстве как о возможности по-крупному помогать близким (см. табл. 7). В то же время рассматриваемой структуре ценностных ориентаций реже (39%), чем другим (44–47%), соответствуют представления о богатстве как о наличии прибыльного дела.

Экономические представления личности с активным типом ценностных ориентаций, ориентированным на ближайшее социальное окружение (**тип 2**), отличаются следующим:

Представления о предпочтительной величине доходов чаще связаны со сравнительно низкими экономическими притязаниями (в среднем 29 140 долл. в месяц). Экономические представления о наиболее эффективных вложениях доходов личности с активным типом ценностных ориентаций преимущественно характеризует духовная направленность. Как и для опрошенных первого психологического типа, причем, в первую очередь, женщин, чаще, чем для других (16–25%), социальные представления о наиболее эффективных направлениях вложения доходов связаны с возможностью по-крупному помогать близким (37%). Женщины, характеризующиеся данным типом ценностных ориентаций, чаще представительниц других типов (6–10%) к наиболее эффективным денежным вложениям относят приобре-

Таблица 6. Социальные представления о материальном благосостоянии представителей разных психологических типов (%)

Социальные представления о материальном благосостоянии	Типы ценностных ориентаций				
	Тип 1 Социально ответственный	Тип 2 Активный	Тип 3 Ориентированный на самоутверждение	Тип 4 Ориентированный на достижение материального благополучия семьи	Тип 5 Ориентированный на достижение богатства
Обеспечить нормальный уровень благосостояния, как у большинства людей	12	13	12	14	8
Обеспечить себя и семью всем необходимым	44	34	40	36	36
Полностью обеспечить свое будущее	20	24	21	18	22
Полностью обеспечить будущее своих детей и внуков	28	39	25	29	23
Разбогатеть так, чтобы всей семье полноценно жить на дивиденды	8	10	14	14	18

Примечание. Превышение 100% по колонке объясняется тем, что респонденты имели возможность выбрать два варианта ответа.

тение дорогой одежды, мебели, машины и т.п. (15%). Мужчины этого личностного типа, в отличие от представителей других типов (10–17%), в качестве наиболее эффективного направления вложения денег часто указывают путешествия (20%) (см. табл. 5).

Социальные представления о материальном благосостоянии значительно чаще (39%), чем среди респондентов других типов ценностной направленности (23–29%), основаны на стремлении полностью обеспечить будущее своих детей и внуков, относящемся к четвертому (из пяти) уровню постановки цели деловой активности (см. табл. 6). При этом, как и для представителей первого типа ценностной направленности, в ответах достоверно реже (10%), чем среди других опрошенных (14–18%), встречается постановка наиболее высокой цели деловой активности – разбогатеть так, чтобы всей семьей полноценно жить на дивиденды.

В структуре экономических представлений личности с активным типом ценностной направленности, ориентированной на ближайшее социальное окружение, духовные критерии богатства значительно преобладают над финансовыми его критериями. Опрошенных с данной системой жизненных ценностей (45%), как и респондентов первого личностного типа, чаще других (31–40%) характеризуют социальные представления о богатстве как о возможности не думать о завтрашнем дне в силу своей состоятельности (см. табл. 7). Представители рассматриваемого типа так же, как и опрошенные, принадлежащие к первому типу ценностной направленности, чаще, чем другие (26–36%), придерживаются мнения, что богатство, в первую очередь, олицетворяет собой возможность по-крупному помогать близким (44%). Они также чаще (22%), по сравнению с представителями других типов (16–18%), выражают свое согласие с утверждением, что богатство – это, прежде всего, возможность осуществлять всей семьей дорогостоящие путешествия. Мужчинам, обладающим данной системой жизненных приоритетов, часто свойственно рассматривать в качестве ведущего атрибута богатства наличие крупной валюты и драгоценностей. В отличие от других ценностных типов (30–42%), низкочастотными (23%) и реже всего характерными для женщин выступают социальные представления о богатстве как о наличии недвижимости: хорошей квартиры, загородного дома и т.п. Респонденты с данным типом ценностных ориентаций, особенно женщины, реже (2%), чем опрошенные с другими ценностными приоритетами (7–15%), считают,

что богатство, в первую очередь, означает наличие крупного вклада в иностранном банке.

Экономические представления личности, ориентированной на самоутверждение (**тип 3**), характеризуются, прежде всего, следующим:

Социальные представления о предпочтительной величине доходов отличаются относительно высокими экономическими притязаниями, составляющими в среднем 48 600 долл. в месяц. В социальных представлениях о наиболее эффективных вложениях денежных средств личности, ориентированной на самоутверждение, преобладает инвестиционная их направленность, связанная с получением гарантированной высокой прибыли. Мужчины чаще в качестве наиболее выгодного вложения денежных средств рассматривают приобретение ценных бумаг банков, предприятий, фирм, а также приобретение недвижимости, приносящей прибыль. Женщины данного психологического типа чаще представительниц других психологических типов (17–21%) склонны считать, что открытие или расширение собственного бизнеса является наиболее эффективным направлением вложения доходов (26%) (см. табл. 5).

Значительную роль в жизни личности, ориентированной на самоутверждение, играют материальные критерии богатства, а также немаловажное место должны занимать его финансовые критерии. Опрошенные с данным типом жизненных ценностей, прежде всего мужчины, чаще (42%), чем другие (23–34%), рассматривают богатство как наличие недвижимости: хорошей квартиры, загородного дома и т.п. (см. табл. 6). Они же чаще других (3–6%) богатство связывают и с наличием крупной валюты, драгоценностей (10%). Женщины чаще в качестве основного признака богатства называют наличие прибыльного дела. В отличие от других личностных типов (13–19%), респонденты с данной структурой жизненных ценностей чаще полагают, что богатство представляет собой возможность жить всей семье там, где захочется (24%). Они реже, чем другие группы респондентов (37–47%), особенно мужчины, рассматривают возможность не думать о завтрашнем дне в силу своей состоятельности одним из ведущих критериев богатства (31%). Они реже представителей других психологических типов (33–47%), особенно женщины, к показателям богатства относят возможность иметь высокооплачиваемую работу (28%).

Экономические представления личности, в первую очередь ориентированной на достижение материального благополучия семьи (**тип 4**), характеризуются следующим:

Для социальных представлений о предпочтительной величине доходов характерен относительно высокий уровень экономических притязаний, который в среднем составляет 53 696 долл. в месяц. Социальные представления мужчин о наиболее эффективных направлениях вложения доходов часто связаны с путешествиями. В группе женщин высокочастотные представления о наиболее выгодных денежных вложениях, в первую очередь, отличаются направленностью на приобретение недвижимости, приносящей прибыль.

В структуре социальных представлений о богатстве респондентов, преимущественно ориентированных на достижение материального благополучия семьи, преобладают его финансовые критерии. Значительно чаще (26%), по мнению представителей данной группы респондентов, в первую

очередь женщин, по сравнению с опрошенными других психологических типов (13–15%), богатство олицетворяет собой наличие крупных пакетов ценных бумаг надежных банков, предприятий, фирм (см. табл. 7). Мужчины чаще в качестве основных атрибутов богатства указывают на наличие прибыльного дела и возможность осуществлять всей семьей дорогостоящие путешествия. При этом респонденты, характеризующиеся данной структурой ценностных приоритетов, особенно женщины, реже (32%), чем другие (36–44%), богатство связывают с возможностью по-крупному помогать близким. В ответах мужчин реже (5%), по сравнению с представителями других типов (10–13%), встречаются социальные представления о богатстве как о возможности делать крупные пожертвования на общественные нужды.

Таблица 7. Социальные представления о богатстве представителей разных психологических типов (%)

Социальные представления о богатстве	Типы ценностных ориентаций				
	Тип 1 Социально ответственный	Тип 2 Активный	Тип 3 Ориентированный на самоутверждение	Тип 4 Ориентированный на достижение материального благополучия семьи	Тип 5 Ориентированный на достижение богатства
Наличие прибыльного дела	39	44	47	47	44
Возможность не думать о завтрашнем дне в силу своей состоятельности	47	45	31	40	37
Наличие высокооплачиваемой работы	47	39	28	36	33
Возможность по-крупному помогать близким материально	43	44	36	32	26
Наличие недвижимости (хорошей квартиры, загородного дома)	34	23	42	30	38
Наличие крупных пакетов ценных бумаг надежных банков, предприятий, фирм	14	13	15	26	25
Возможность по желанию осуществлять семьей дорогостоящие путешествия	17	22	17	18	16
Возможность жить семье там, где захочется	15	13	24	19	18
Возможность делать крупные пожертвования на общественные нужды	10	12	13	5	13
Наличие крупного вклада в иностранном банке	8	2	10	7	15
Наличие модной машины, мебели, одежды и т.п.	5	6	8	4	10
Наличие крупной валюты и драгоценностей	3	6	10	5	5

Примечание. Превышение 100% по колонке объясняется тем, что респонденты имели возможность выбрать три варианта ответа.

Для экономических представлений личности, ориентированной на достижение высокого уровня материального благосостояния (**тип 5**), характерны следующие особенности:

Социальные представления о предпочтительной величине доходов опрошенных, относящихся к этому типу ценностной направленности, отличаются высокие экономические притязания – 61 639 долл. в месяц. В социальных представлениях о наиболее эффективных вложениях денег молодежи, ориентированной на достижение богатства, высокозначимой выступает покупка ценных бумаг, а социальные представления старшей возрастной группы связаны с приобретением той или иной недвижимости.

Социальные представления о материальном благосостоянии у опрошенных данного личностного типа, особенно женщин, чаще (18%), чем у других (8–14%), связаны с наиболее высокой из рассматриваемых целей деловой активности – со стремлением разбогатеть так, чтобы всей семьей полноценно жить на дивиденды (см. табл. 6). На выборке мужчин высокочастотными являются социальные представления о стремлении полностью обеспечить свое будущее, соответствующие третьему (из пяти представленных) уровню постановки целей деловой активности. При этом реже, чем среди опрошенных, характеризующихся другими ценностными приоритетами (12–14%), в качестве первостепенной встречается постановка цели, наиболее низкой из предложенных, заключающейся в стремлении обеспечить нормальный уровень благосостояния, как у большинства людей (8%).

В иерархии социальных представлений о богатстве личности, ориентированной на достижение высокого уровня материального благосостояния, ведущее положение занимают материальные и финансовые его критерии. Опрошенные с данной структурой ценностных ориентаций (38%), как и представители третьего личностного типа, несколько чаще, чем другие (23–34%), рассматривают богатство, в первую очередь, как наличие недвижимости: хорошей квартиры, загородного дома и т.п. (см. табл. 7). Значительно чаще (25%), чем в других группах (13–15%), как и среди опрошенных, характеризующихся четвертым типом ценностной направленности, особенно среди мужчин, богатство связывается с наличием крупных пакетов ценных бумаг надежных банков, предприятий, фирм. В отличие от других психологических типов (2–10%), прежде всего в группе мужчин, высокочастотными (15%) являются социальные представления о богатстве как наличии

крупного вклада в иностранном банке. Мужчины чаще в качестве основного признака богатства видят и наличие модной машины, мебели, одежды и т.п. Женщины часто склонны рассматривать богатство как возможность делать крупные пожертвования на общественные нужды. При этом среди респондентов с данной структурой жизненных ценностей, как и в четвертом личностном типе, реже (26%), чем в других группах опрошенных (36–44%), особенно среди мужчин, встречаются социальные представления о богатстве как о возможности по-крупному помогать близким.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Полученные результаты подтверждают, что система ценностей имеет первостепенное значение в формировании социальных представлений о таких экономических объектах, как деньги, материальное благосостояние, богатство. Различия в иерархии ценностных приоритетов оказывают значительное влияние как на структуру экономических представлений, так и на выбор той или иной стратегии экономического поведения. Типы экономических представлений личности, выявленные в зависимости от типа ее ценностной направленности, не только позволяют уточнить данные о мотивации поведения личности в экономической среде, но и дают возможность прогнозировать ее предполагаемое экономическое поведение.

Можно заключить, что ценностные ориентации оказывают значительное влияние на формирование отношения личности к деньгам и ее экономических притязаний. Результаты исследования показали, что интенсивность желания личности иметь деньги, в целом их значимость и позитивность оценки их роли в жизни, а также экономические притязания возрастают от первого личностного типа к пятому. При этом для первых двух ценностных типов, характеризующихся более низкой социальной значимостью денег и меньшими экономическими притязаниями, чаще свойственна духовная направленность экономических представлений, выражающаяся в стремлении не думать о завтрашнем дне, помогать близким. Представители других трех психологических типов, которых отличают более высокие притязания, чаще свои экономические интересы связывают с покупкой ценных бумаг и той или иной недвижимостью. При этом если для первого из ценностных типов первостепенную значимость представляет наличие высокооплачиваемой работы, а третий и четвертый типы заинтересованы в

развитии собственного прибыльного дела, то для пятого из них экономические интересы во многом связаны с вложением денежных средств в иностранные банки, с точки зрения мужчин, и осуществлением крупных пожертвований на общественные нужды, по мнению женщин.

Для подтверждения многомерного характера выделенной типологии следует отметить, что изучаемый фактор значимости материальных благ является лишь одним из многих, по которым различаются выявленные типы ценностных ориентаций. Если проанализировать связи типов ценностной направленности с другими социально-психологическими характеристиками, то в соответствии с выраженностью тех или иных личностных свойств рассматриваемые типы будут располагаться в иной последовательности. Как видно из представленного описания экономических представлений личности, свое предпочтение вложить свободные денежные средства в путешествия чаще высказывают опрошенные, характеризующиеся активным типом, ориентированным на ближайшее социальное окружение, и типом, ориентированным на достижение материального благополучия семьи. Вложения в покупку золота, драгоценностей и твердой валюты в качестве наиболее приоритетной задачи чаще отмечают респонденты с активным типом ценностной направленности, ориентированные на самоутверждение и достижение высокого уровня материального благосостояния. Приобретение дорогой одежды, мебели, машины наиболее значимым выступает для личности с активным типом, ориентированным на ближайшее социальное окружение, а также на достижение богатства. То есть в соответствии с иными социально-психологическими критериями, чем экономические притязания и в целом значимость для личности денег, рассматриваемые психологические типы группируются в другой последовательности.

ВЫВОДЫ

1. Выполненное исследование позволило выделить следующие пять психологических типов ценностных ориентаций современной личности: а) Социально ответственный тип, ориентированный на межличностные отношения, в первую очередь, характеризуется направленностью на семью, работу и общение с друзьями, а также этические ценности. б) Представители активного типа, ориентированного на ближайшее социальное окружение, наиболее приоритетными считают семью, работу и любовь, а также ценности социальной

ответственности. в) Жизненные цели типа, ориентированного на самоутверждение, прежде всего, связаны с направленностью на свободу, любовь и общение с друзьями, а также творческой самореализацией. г) В качестве основных жизненных целей типа, ориентированного на достижение материального благополучия семьи, выступают: семья, материальная обеспеченность и работа, а также деловые качества и упорство в достижении целей. д) Наиболее приоритетными жизненными целями типа, ориентированного на достижение высокого уровня материального благосостояния, являются: направленность на семью, любовь и материальную обеспеченность, богатство, а также прагматические ценности.

2. Различия в иерархии ценностных приоритетов оказывают значительное влияние как на структуру экономических представлений, так и на выбор той или иной стратегии экономического поведения. Деньги оцениваются как высокозначимые, прежде всего, респондентами, характеризующимися ориентацией на богатство, материальную обеспеченность и собственность. А менее всего деньги значимы для лиц, в структуре ценностей которых приоритетное положение занимают ориентации на творчество, познание, общение с друзьями и честность. Различия между рассматриваемыми типами ценностной направленности личности обнаружены по всем выделенным компонентам ее отношения к деньгам: ценностному, мотивационному, эмоциональному, социальным представлениям о роли и функции денег в жизни. Различия между пятью типами ценностных ориентаций личности выявлены и по другим компонентам экономических представлений: социальным представлениям о материальном благосостоянии, богатстве и наиболее эффективных направлениях вложения доходов.

3. Как показали результаты исследования, каждому из типов ценностных ориентаций свойственны принципиально отличные от других экономико-психологические характеристики личности.

Экономические представления личности, характеризующейся социально ответственным типом ценностной направленности, ориентированным на межличностные отношения (**тип 1**), отличаются следующими особенностями: сравнительно низкой значимостью денег; низковыраженным желанием иметь деньги; щедростью в обращении с деньгами; скорее негативной, чем позитивной, оценкой роли денег в индивидуальной и общественной жизни; сравнительно низкими экономическими притязаниями; социальные представления о материальном благосостоянии

состоят в обеспечении себя и своей семьи всем необходимым и соответствуют второму из пяти рассматриваемых уровней постановки целей деловой активности; в структуре социальных представлений о богатстве преобладают его духовные критерии; проявляется выраженная установка на помогающее экономическое поведение; структуру экономических представлений о наиболее эффективных денежных вложениях отличает духовная направленность.

К особенностям экономических представлений личности с активным типом ценностных ориентаций, ориентированным на ближайшее социальное окружение (**тип 2**), в первую очередь, относится следующее: умеренная значимость денег; умеренно выраженное желание иметь деньги; умеренно выраженная щедрость в обращении с деньгами; скорее негативная, чем позитивная, оценка роли денег в индивидуальной и общественной жизни; низкие экономические притязания; социальные представления о материальном благосостоянии основаны на стремлении полностью обеспечить будущее своих детей и внуков, относящемуся к четвертому из пяти предложенных уровней постановки ведущей цели деловой активности; в структуре социальных представлений духовные критерии богатства значительно преобладают над финансовыми его критериями; в структуре экономического сознания приоритетная роль принадлежит установке на помогающее экономическое поведение; социальные представления о наиболее эффективных вложениях доходов преимущественно характеризует духовная направленность.

Экономические представления личности, ориентированной на самоутверждение (**тип 3**), характеризуются, как правило, следующим: умеренной значимостью денег; умеренно выраженным желанием иметь деньги; умеренно выраженной щедростью в обращении с деньгами; скорее негативной, чем позитивной, оценкой роли денег в индивидуальной и общественной жизни; высокими экономическими притязаниями; в экономическом сознании значительную роль играют материальные критерии богатства, а также велико значение финансовых его критериев; в социальных представлениях о наиболее эффективных вложениях денежных средств преобладает инвестиционная их направленность, связанная с получением гарантированной высокой прибыли.

Экономические представления личности, в первую очередь ориентированной на достижение материального благополучия семьи (**тип 4**), характеризуются следующими особенностями:

умеренной значимостью денег; умеренно выраженным желанием иметь деньги; низковыраженной щедростью в обращении с деньгами; скорее нейтральной оценкой роли денег в индивидуальной и общественной жизни; сравнительно высоким уровнем экономических притязаний; в структуре социальных представлений о богатстве преобладают его финансовые критерии; высокозначимой выступает установка на приобретение недвижимости, приносящей прибыль.

Для экономических представлений личности, ориентированной на достижение высокого уровня материального благосостояния (**тип 5**), характерны следующие особенности: сравнительно высокая значимость денег; выраженное желание иметь деньги; низковыраженная щедрость в обращении с деньгами; скорее позитивная, чем негативная, оценка роли денег в индивидуальной и общественной жизни; высокие экономические притязания; социальные представления о материальном благосостоянии связаны с наиболее высокой из представленных целей деловой активности – со стремлением разбогатеть так, чтобы всей семьей полноценно жить на дивиденды; в иерархии социальных представлений о богатстве ведущее положение занимают материальные и финансовые его критерии; в социальных представлениях молодежи о наиболее эффективных вложениях денег высокозначимой выступает покупка ценных бумаг, а социальные представления старшей возрастной группы связаны с приобретением недвижимости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абульханова-Славская К.А. Психология и сознание личности. Воронеж: НПО "МОДЭК", 1999.
2. Воронов В.В. Трансформация экономического сознания и экономической практики: Дисс. ... докт. социол. наук. СПб., 2003.
3. Дейнека О.С. Образ частной и государственной собственности в обыденном сознании россиян // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2004. С. 56–60.
4. Дейнека О.С. Экономическая психология: социально-политические проблемы. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.
5. Журавлев А.Л. Социально-психологическая динамика в изменяющихся экономических условиях // Психологический журнал. 1998. № 3. С. 3–16.
6. Журавлев А.Л., Журавлева Н.А. Программа социально-психологического исследования экономического сознания личности // Современная

- психология: состояние и перспективы исследований. Ч. 5. М.: Институт психологии РАН, 2002. С. 11–41.
7. Журавлев А.Л., Осипенко И.М. Структура, детерминанты и механизмы экономического самоопределения студентов в процессе профессионализации // Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. М.: Институт психологии РАН, 2007. С. 273–332.
 8. Журавлева Н.А. Экономическое сознание предпринимателей в современном российском обществе // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009. С. 278–283.
 9. Короткина Е.Н. Отношение к деньгам как компонент экономического сознания различных социальных групп // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Институт психологии РАН, 2004. С. 242–260.
 10. Маринова М.А. Экономические интересы и процессы их трансформации в условиях переходной российской экономики: Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. М., 2001. 21 с.
 11. Маркова О.Н. Отношение к собственности у предпринимателей с разным типом личностной зрелости: Дисс. ... канд. психол. наук. Тамбов, 2006.
 12. Позняков В.П. Психологические отношения субъектов в условиях изменения форм собственности: Дисс. ... докт. психол. наук. М., 2002.
 13. Российский менталитет: психология личности, сознание, социальные представления. М.: Институт психологии РАН, 1996.
 14. Рывкина Р.В. Переходное экономическое сознание в российском обществе // Вопросы экономики. 1997. № 5. С. 71–83.
 15. Семенов М.Ю. Особенности отношения к деньгам людей с разным уровнем личностной зрелости: Дисс. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2004.
 16. Симунов Л.Н. Социально-психологические аспекты организационного поведения работников акционерных обществ в изменяющихся условиях экономической среды деятельности: Дисс. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2005.
 17. Фоминых В.П. Процессуальные и внутриличностные показатели трансформации экономического сознания и поведения работников акционерных предприятий Чувашии // Психолого-экономические аспекты управленческой деятельности. Чебоксары: Изд-во Чувашск. ун-та, 2003. С. 4–30.
 18. Фоминых В.П., Симунов Л.Н. Трансформация экономического сознания и поведения в современных условиях // Психология в изменяющейся России. Чебоксары: Изд-во Чувашск. ун-та, 2002. С. 6–10.
 19. Шумилов В.К. Экономическое сознание старшеклассников // СоцИс. 2003. № 1. С. 139–141.
 20. Юнина Е.В. Особенности адаптации российских бизнесменов к социальным изменениям: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М., 2003.

ECONOMIC-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF PERSONALITY WITH DIFFERENT VALUE ORIENTATIONS' TYPES

N. A. Zhuravleva

*PhD, senior research scientist, Federal State-Financed Institution,
Institute of Psychology RAS, Moscow*

The results of the study of economic-psychological characteristics of personality with different value orientations' types are presented. The interrogation included 745 opinions of Muscovites. According to the results of the study, the difference in the structure of the individuals' value orientations has a significant influence on the economic ideas' structure as well as the personality' choice of a strategy of the economic behavior. Each psychological type obtains its own economic-psychological characteristics of personality. The structure of the individuals' values has a main significance in the forming of such economic ideas as money, well-being, wealth and the most effective direction of money investment.

Key words: value orientations' type, economic ideas, attitude towards money, social ideas about well-being, wealth and the most effective direction of money investment.