

**АДАПТАЦИЯ РУССКОЯЗЫЧНОЙ ВЕРСИИ ОПРОСНИКА
ОРИЕНТАЦИИ НА МАТЕРИАЛИЗМ**

В.А. Хащенко*

***THE RUSSIAN VERSION OF THE QUESTIONNAIRE FOR MATERIALISM
ORIENTATION***

V.A. Khashchenko

В статье представлена шкала диагностики материализма личности на основе шкалы материализма М. Ричинс и С. Доусона и опыт адаптации ее русскоязычной версии. Подробно описана оригинальная шкала материализма MVS, этапы ее разработки и валидизации. Обоснована возможность создания сокращенной версии опросника (12-пунктов). Приведены психометрические характеристики и другие результаты апробации оригинального русскоязычного опросника.

The Russian version of the materialism value scale developed by M. Richins and S. Dawson (1992) was presented. The current survey of the materialism measurement includes 18 questions. It was found that short version (12 items) of the survey evaluated the materialism more reliable. The short version (12 items) was tested and has shown the better results than 18 items survey. The results have also indicated the acceptable psychometric properties. The questions used in the short survey were applied to the paper.

Ключевые слова: материализм личности, психодиагностика, апробация методики.

* Валерий Александрович Хащенко, доктор психологических наук, начальник управления Российского гуманитарного научного фонда, valery.khahschenko@gmail.com.

Key words: persons' materialism, psychological testing, testing of the methods.

ВВЕДЕНИЕ

Материализм, как потребительская ориентация субъекта, отражает субъективную значимость для него мира вещей, которые его окружают. Высокий уровень материализма характеризуется тем, что вещи занимают центральное место в жизни субъекта и являются прямо (как цели жизни), либо косвенно (как средство их достижения) источником его удовлетворенности в жизни. Проблемы материализма отдельного человека и общества в целом широко обсуждаются в общественной и научной дискуссии. Тем самым эта проблема включается в более общее направление исследований психологии современного российского общества (см. например: Психологические исследования проблем ..., 2013; Психологические проблемы ..., 2012; Психология человека и общества ..., 2014; и др.). С точки зрения западных экономистов, материализм представляет собой значение, которое придает человек погони за собственным материальным благополучием (Easterlin, Crimmins, 1991). Материалисты добиваются социального признания и статуса, используя свое имущество (Mason, 2001). Материализм также часто ассоциируется с показным потреблением, в котором главное не сами потребительские качества товаров, а то впечатление, которое они производят на окружающих. Другими словами, материалисты сосредотачиваются на потреблении «статусных» и эксклюзивных товаров (Lynn, Harris, 1997).

Первые попытки измерения материализма были предприняты еще в 60-70-х годах прошлого века. Кэмпбеллом (1969) разработана шкала отношения к материализму, а Мошис и Черчилль (Moschis, Churchill, 1978) предложили шкалу материализма, которая включала два измерения: ориентацию на деньги и на приобретение имущества. На сегодняшний день существуют две наиболее известные и общепринятые англоязычные методики измерения материализма: «Шкала материализма» Р. Белка (Belk, 1985) и «Шкала материализма» М. Ричинс и С. Доусона (Richins, Dawson, 1992).

Отечественная психодиагностика, к сожалению, не обладает средствами, направленными на определение этой психологической переменной личности. Актуален и вопрос разработки русскоязычного инструмента для диагностики материализма личности.

Исследование по созданию такой методики (опросника) продолжает сложившиеся традиции лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН по разработке научно-исследовательского инструментария (см., например: Журавлев и др., 2003; Методики социально-психологического исследования ..., 1995; Совместная деятельность ..., 1992; Современная психология: состояние и перспективы ..., 2002; Современная психология ..., 1999; Хащенко, Журавлев, 1996; и др.) и научно-практических психодиагностических приемов (методики социально-психологической диагностики ..., 1990; Позняков, Журавлев, 1995; Социально-психологические методы ..., 1990; Хащенко, Журавлев, 1995; и др.).

В качестве основы для разработки была выбрана методика Марши Ричинс и Скотта Доусона, опирающаяся на трехфакторную модель потребительской ориентации на материализм (Richins, Dawson, 1992; Richins, 2004). Будучи одним из самых популярных и признанных современных подходов к измерению материализма как потребительской ценности, методика широко применялась в исследованиях, проведенных в разных странах, для измерения индикаторов материализма в поведении как обычных потребителей (Zhao, Belk, 2002; Belk, Zhou, 2001; Corneo, Olivier, 1997; Richins, Dawson, 1992; Easterlin, Crimmins, 1991; Belk, 1985), так и потребителей дорогих брендов (Lu, Lu, 2010; Wan et al., 2009; Swami et al., 2009; Furnham, Valgeirsson, 2007; Wee et al., 1995).

Начиная с 1992 года было проведено более сотни исследований, в которых обсуждался данный феномен, что подчеркивает интерес к этому конструкту и проблемам его измерения (Ahuvia, Wong, 1995; Mason, 2001; Swami et al., 2009; Furnham, Valgeirsson 2007; Trinh, Phau, 2012). Сейчас накоплен большой эмпирический материал о его психометрических характеристиках и связях с другими конструктами потребительского

поведения. В то же время ряд исследований указывает на недостаточную структурную валидность шкалы (Wan et al., 2009; Furnham, Valgeirsson, 2007). Предпринимались попытки разработки на основе модели материализма Ричинс и Доусона нового варианта опросника, включающего большое число шкал измерения (Trinh, Phau, 2012). В нашей стране эта проблема пока нашла свое отражение лишь в единичных публикациях (Хащенко, 2012). Целесообразно в этой связи более подробно остановиться на описании шкалы материализма, этапов ее разработки и валидизации.

ШКАЛА МАТЕРИАЛИЗМА М. РИЧИНС И Р. ДОУСОНА

Для измерения степени выраженности ориентаций на материализм Маршей Ричинс и Скоттом Доусоном был разработан соответствующий психодиагностический инструмент – шкала (опросник) материализма (The Material Values Scale – MVS) (Richins, Dawson, 1992). Материализм понимается ими как ценность, которая влияет на способ, которым люди воспринимают и интерпретируют окружающий их мир и собственную жизнь. Ричинс и Доусон определяют материализм как значимость для субъекта владения и приобретения *материальных благ* (материального благополучия) в достижении основных целей жизни. Они выделяют три аспекта его измерения: имущество как критерий собственного успеха в жизни и успеха других людей, обладание *материальными благами* как самоценность (собственничество), а также вера в то, что имущество и его приобретение способствуют счастью и удовлетворенности жизнью. Для краткости, в данной статье эти домены называются как *успех, материальная центрированность и счастье*, соответственно. Опросник содержит 18 суждений, которые составляют три субшкалы. По каждому утверждению нужно оценить степень согласия или несогласия с ним с использованием пятибалльной шкалы Лайкерта. Подсчитав количество баллов, получают количественный показатель по каждой субшкале. Результатом тестирования по данной методике служит суммарный балл по трем субшкалам и общий балл по всей шкале. Позднее Ричинс (2004) разработала

краткую форму опросника, включающую 15 пунктов, которая, по ее мнению, имеет более высокую и стабильную структурную валидность.

Процесс разработки MVS включал в себя ряд этапов (Richins, Dawson 1992). Изначально было составлено на основе теоретических и эмпирических источников 120 утверждений (пунктов), описывающих различные проявления материализма. В результате проверки на надежность и социальную желательность в серии исследований, осуществленных на выборке 629 студентов ряда американских университетов, число суждений было сокращено до 48 пунктов. Затем этот перечень на основании проведения факторного анализа на выборке 235 студентов был укорочен еще на 30 утверждений. Финальный список утверждений составил 18 пунктов, которые с высокими (по результатам факторного анализа) нагрузками распределялись по трем факторам: *успеха, центрированности и счастья*. Конфирматорный факторный анализ, проведенный на разных выборках, показал приемлемость данной трехфакторной модели (показатель AGFI принимает значения от 0,86 до 0,88). Между тем, ряд авторов указывает на недостаточную структурную валидность методики (Pinto, Parente, Palmer, 2000; Trinh, 2012). По результатам трех исследований был определен показатель надежности альфа Кронбаха для всей шкалы и каждой из субшкал: для семи пунктов субшкалы материальной центрированности он составил значение от 0,71 до 0,77; для шести пунктов субшкалы успеха показатель надежности принимал значения от 0,74 до 0,78; для пяти пунктов шкалы счастья – от 0,73 до 0,83. Для всех 18 пунктов шкалы значения ее надежности варьируют в диапазоне от 0,80 до 0,83.¹

Надежность повторного тестирования (трехнедельный интервал) рассчитывалась по данным выборки из 58 студентов. Коэффициенты корреляция составили 0,82, 0,86 и 0,82 для субшкал центрированности, счастья

¹ Ричинс (2004) приводит близкие данные о внутренней consistency шкал, опубликованные в более поздних работах.

и успеха, соответственно, и 0,87 для комбинированной шкалы материализма в целом. Проверка пунктов шкалы на социальную желательность осуществлялась с помощью опросника Марлоу-Крауна. Корреляция с показателем социальной желательности были незначимыми: 0,12, 0,03 и 0,06 для субшкал центрированности, счастья и успеха, соответственно; и 0,09 для целостной шкалы. В тоже время в ряде исследований были получены данные, свидетельствующие о влиянии фактора социальной желательности на ответы респондентов (Mick, 1996; Burroughs, Rindfleisch, 2002).

Корреляции между всеми шкалами материализма и социально-демографическими характеристиками или отсутствовали, или были очень низкими. Единственная негативная корреляция была установлена с возрастом (-0,19) – то есть с возрастом уровень материализма снижается. Предположительно, это может быть связано с личностной зрелостью (Феномен и категория зрелости ..., 2007).

Валидность опросника MVS определялась проверкой теоретических гипотез о природе материализма путем установления различий между респондентами с высоким и низким уровнем материализма. Было выявлено, что высокий уровень материализма (в отличие от низкого уровня) сопровождается более высоким уровнем желаемого дохода ($p < 0,01$), более высокой значимостью ценностей «приобретение» и «финансовая безопасность» и низкой - ценности «доброжелательные отношения с окружающими» ($p < 0,01$) как целей жизни. В ходе экспериментального исследования показано, что респонденты с высоким материализмом в три раза больше тратят на покупки вещей, по сравнению с опрошенными с низким материализмом.

Кроме того, была выявлена взаимосвязь результатов по MVS с личностными конструктами. Было показано, что материализм значимо положительно коррелирует со шкалами скупости ($r = 0,25$) и зависти ($r = 0,47$) материализма Белка (1984), отрицательно – со шкалами «материальная непритязательность» (склонность приобретать уцененные товары), «самоделание» (склонность делать все самому, ремонтировать, а не покупать

новые вещи)» и «экологическое сознание (склонность соблюдать экологические нормы и правила, поддерживать экологические организации) опросника жизненного стиля (Cowles, Crosby, 1986). Материализм также отрицательно коррелирует с удовлетворенностью различными сторонами жизни: удовлетворенностью жизнью в целом ($r=0,34$), доходом или уровнем жизни ($r=0,39$), друзьями ($r=0,34$) и семейной жизнью ($r=0,17$). И наконец, была выявлена невысокая, но значимая отрицательная связь ($r=0,12$) между шкалой материализма и самооценкой, измеренной опросником Розенберга (Rosenberg, 1965).

РАЗРАБОТКА РУССКОЯЗЫЧНОЙ ВЕРСИИ ОПРОСНИКА MVS

Принимая во внимание столь информативные показатели, полученные при конструировании и применении MVS, на первом этапе разработки русскоязычной методики мы пошли по пути стандартизации исходного англоязычного варианта, состоящего из 18 вопросов на российской выборке. Эмпирическая проверка модели проводилась на *выборке* в 254 человек, из них: 106 мужчин – средний возраст 35,2 ($SD=9,20$), и 148 женщин – средний возраст 34,5 ($SD=9,84$).

Процедура разработки и апробации краткой русскоязычной версии шкалы материализма состояла из следующих этапов:

- опросник в его оригинальном варианте текста был переведен с английского языка. Перевод и подготовка текста методики на русском языке, выявление и переформулирование двусмысленных и сложных для понимания пунктов формулировки обсуждались с экспертами;
- сбор данных для оценки психометрических показателей опросника;
- первичный анализ распределения пунктов, надежности и внутренней структуры методики. На данном этапе рассчитывались показатели описательной статистики, выявлялись надежность-согласованность пунктов, ретестовая надежность и структура шкал методики (на основе корреляционного, эксплораторного и конфирматорного факторного анализа);

- выявление связи шкал методики с социально-демографическими характеристиками (полом, возрастом, образованием);
- оценка конвергентной валидности методики. Выявлялись взаимосвязи шкал опросника с методиками измерения ценностных ориентаций, экономического благополучия, шкалой удовлетворенности жизнью, а также самооценкой личности.

Все переведенные пункты были подвергнуты процедуре психометрической проверки. Из предлагаемого опросника надо было выделить систему шкал, удовлетворяющих критериям надежности и валидности. В нашем случае имело смысл первоначальное определение структурной валидности модели с помощью факторного анализа, а затем измерение надежности каждой шкалы. Поэтому при проверке психометрических характеристик модели мы исходили из приоритета определения структурной валидности теоретической модели над другими показателями. Структурная валидность является самой чувствительной характеристикой модели и отражает адекватность теоретического конструкта, лежащего в его основе, т.е. имеет максимальный содержательный смысл (Сергиенко, Ветрова, 2010).

Структурная валидность шкал. В целом, по результатам эксплораторного факторного анализа можно сказать, что психометрические характеристики первого варианта методики (прямого перевода) оказались весьма низкими (см. табл. 1).

Таблица 1. Факторный анализ 18 пунктов русскоязычной версии шкалы материализма (N=254)

Пункты	Факторы		
	Успех	Материальная центрированность	Счастье
1	0,570	0,175	0,354
2	0,729	0,004	0,028
3	0,236*	0,141	0,461
4	0,578	0,356	0,072

5	0,713	0,048	0,102
6	0,017*	0,556	0,256
7	0,089	0,780	-0,065
8	0,356	0,709	0,058
9	0,471	0,122*	0,104
10	0,106	0,595	0,084
11	0,582	0,269*	-0,017
12	0,480	0,375	0,253
13	0,058	0,309*	0,470
14	-0,312	0,004	0,750*
15	0,404	0,004	0,597
16	0,219	0,404	0,460
17	0,506	0,062	0,440
18	0,449	0,088	0,507
Объясненная дисперсия	3,469	2,454	2,315
Общий процент	0,192	0,136	0,129

* – обозначены значения пунктов, исключенных из опросника

Незначимые (на уровне 5%) факторные нагрузки выявились у пунктов 3, 6, 9, 11, 13 (т.е. у 5 айтемов из 18).

Затем посредством конфирматорного факторного анализа рассчитывались основные показатели применимости такой модели к эмпирическим данным. При этом допускалась корреляция факторов, поскольку это не противоречило авторской модели. Индекс пригодности полученной трехфакторной модели (квадратичная усредненная ошибка аппроксимации – RMSEA=0,111) оказался недостаточным. Обычно допустимыми считаются его значения в диапазоне от 0,05-0,08.

Большинство (четыре) из упомянутых пунктов имеют отрицательную формулировку, которые, очевидно, более сложны для понимания их смысла, что и вызывает ошибки согласия или несогласия с ними у респондентов. Примером подобных суждений может быть 3-й пункт опросника: «Я не

придаю особого значения размеру имущества людей как признаку успеха в жизни» (I don't place much emphasis on the amount of material objects people own as a sign of success). Анализ интеркорреляций пунктов по общей шкале показал низкий уровень коэффициента корреляции ($r=0,11$) для пункта № 14, что свидетельствует о его недостаточной связанности с другими пунктами шкалы. Поэтому в целях повышения внутренней консистентности опросника все «неработающие» пункты были исключены из общей шкалы. Возможность подобного сокращения числа пунктов шкалы была апробирована Ричинс при разработке краткой (15 пунктов) версии опросника (2004): при психометрической проверке оригинальной шкалы на разных выборках пункты 6, 9, 13 также показали низкие значения внешней и внутренней надежности.

Сокращенная форма опросника MVS, включающая 12 пунктов (по 4 пункта в каждой субшкале), была вновь подвергнута эксплораторному факторному анализу. В результате было получено приемлемое решение в рамках аутентичной трехфакторной модели Ричинс и Доусона. Все 12 пунктов шкалы получили значимые факторные нагрузки (см. табл. 2).

Таблица 2. Факторный анализ 12 пунктов сокращенной версии шкалы материализма (N=254)

Пункты	Факторы		
	Счастье	Материальная центрированность	Успех
1	0,392	0,152	0,647
2	0,145	0,011	0,808
4	0,104	0,098	0,661
5	0,287	0,391	0,643
7	-0,085	0,783	0,147
8	0,055	0,758	0,339
10	0,234	0,689	-0,176

12	0,384	0,432	0,288
15	0,717	0,116	0,156
16	0,589	0,317	0,101
17	0,719	0,136	0,240
18	0,793	-0,018	0,126
Объясненная дисперсия	2,292	2,241	2,327
Общий процент	0,191	0,187	0,194

Корреляции шкал опросника. Все шкалы методики значимо положительно коррелируют между собой ($r=0,42-0,54$, $p<0,001$). Субшкала успеха наиболее тесно связана с субшкалой счастья, тогда как субшкала материальной центрированности значительно слабее связана с другими шкалами. Однако корреляции ни в одном случае не достигают значения 0,8, т.е. шкалы являются самостоятельными и не воспроизводят друг друга.

ПСИХОМЕТРИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ШКАЛЫ MVS (ВЕРСИЯ 12 ПУНКТОВ)

Пригодность полученного решения проверялась посредством конфирматорного факторного анализа по программе SEPATH (Statistica).

По большинству критериев опросник из 12 пунктов превосходит первую переводную версию с 18 пунктами и близок, по психометрическим показателям, к краткой форме опросника из 15 пунктов MVS (Richins, 2004). По этой причине, рекомендуется использование сокращенной версии опросника в дальнейших исследованиях. Шкала из 12 пунктов имеет лучшие психометрические свойства, чем полная версия, особенно по отдельным субшкалам, без снижения объясняющей силы модели в целом (см. табл.3).

Таблица 3. Психометрические характеристики версий шкалы материализма MVS

Психометрические характеристики	Шкала 18 пунктов (Richins, Dawson, 1992)	Краткая шкала 15 пунктов (Richins, 2004)	Шкала 18 пунктов Русскоязычная версия	Краткая шкала 12 пунктов Русскоязычная версия
α -Кронбаха	0,80 - 0,88	0,87	0,82	0,83
CFI	0,86 - 0,88	0,952	0,835	0,925
RMSEA		0,056	0,087	0,054

Сокращенный 12-пунктный вариант также имеет преимущество перед оригинальной версией, которое заключается в том, что каждая субшкала представлена равным (в отличие от оригинального опросника) количеством суждений, по четыре в каждой субшкале (см. приложение 1).

Анализ пунктов. Первый этап статистической проверки методики заключался в оценке диагностической пригодности каждого пункта (утверждения) по основным шкалам. Первоначально все 12 пунктов опросника были проверены на дискриминативность. Общий балл по каждой шкале и в целом по опроснику вычислялся как сумма оценок по всем пунктам. Результаты анализа представлены в табл. 4.

Таблица 4. Результаты анализа пунктов опросника по латентным факторам (N=254)

Шкала	Количество исходных пунктов	Количество связей со шкалой	Значения коэффициентов корреляции (мин. – макс.)
Успех	4	4	0,66–0,83
Материальная центрированность	4	4	0,67–0,81
Счастье	4	4	0,67–0,78
Общая шкала	12	12	0,45–0,75

По каждой шкале представлено общее количество вопросов, количество пунктов в шкале, количество пунктов, имеющих связь со шкалой не больше 0,001 уровня статистической значимости, а также максимальное и минимальное значения коэффициентов корреляции.

Как видно из табл. 4, каждый пункт максимально и позитивно коррелирует только с собственной шкалой. Коэффициент корреляции между вопросами и шкалами колеблется от 0,45 до 0,83. Наиболее тесные взаимосвязи наблюдаются по шкале Успеха. В то же время отличие коэффициента корреляции по отдельным пунктам свидетельствует об их разной дискриминативности. Тем не менее, все пункты являются пригодными к использованию.

Оценка надежности измерения. Оценка внутренней согласованности пунктов и шкал опросника осуществлялась на основе коэффициентов α -Кронбаха и расщепления (split-half). Были определены показатели надежности для общей шкалы и отдельных субшкал: для субшкалы материальной центрированности α -Кронбаха составило значение, равное 0,71; для субшкалы успеха значения – значение 0,76; для шкалы счастья – 0,72. Для всех пунктов шкалы значения надежности составляют 0,83 (коэффициент расщепления 0,76). Средняя корреляция между пунктами шкалы равна 0,29. В целом, результаты данного этапа психометрической проверки свидетельствуют, что надежность всех шкал модели является удовлетворительной, если принять за нижнюю границу надежности значение 0,70. Все 12 пунктов являются надежным отражением лежащих в их основе латентных переменных и могут быть использованы для индивидуального оценивания респондентов.

Распределение показателя общей шкалы материализма оказалось нормальным (K-S $d=0,075$, $p>0,20$; Lilliefors $p<0,05$): значение перекоса (skewness) равно 0,59; значение эксцесса (kurtosis) равно 0,13. Корреляции между шкалами материализма и социально-демографическими характеристиками или отсутствовали или были очень низкими. В согласии с

данными Ричинс и Доусона (1992) была установлена негативная корреляция только с возрастом по общей шкале (0,25) и по субшкале материальной центрированности субъекта (0,29).

Оценка конвергентной валидности опросника. Оценка валидности опросника осуществлялась несколькими способами. Согласно теории, люди с высоким уровнем материализма придают большее значение материальным ценностям, чем те, кто имеет низкий материализм (Kasser, 2002; Kasser, Ahuvia, 2002). Кроме того, индивиды, подчеркивающие большую субъективную ценность материального успеха в жизни, имеют более низкую оценку удовлетворенности жизнью (Richins, Dawson, 1992). Для подтверждения выдвинутого предположения было проведено три исследования.

В первом исследовании (154 чел., 47% женщин) рассчитывались коэффициенты корреляции между шкалами опросника и субъективной значимостью терминальных ценностей «материально обеспеченная жизнь» и «собственность», измеренной модифицированной методикой Рокича (Хащенко, 1999). Установлены положительные корреляции между ценностью материально обеспеченной жизни и шкалами опросника. Коэффициент корреляции принимает значения в диапазоне от 0,23 до 0,32 ($p < 0,005$). Ценность собственности также положительно связана со шкалой центрированности ($r = 0,26$; $p \leq 0,001$) и общей шкалой ($r = 0,23$; $p \leq 0,004$).

Во втором исследовании (112 чел., 52% мужчины) анализировалась связь между субъективным экономическим благополучием – СЭБ (Хащенко, 2011) и общим баллом по шкале MVS. Установлено, что статистически значимые отрицательные связи между СЭБ и материализмом выявлены только в группе респондентов с низким уровнем СЭБ. Корреляции общего показателя с общим уровнем материализма, а также шкалами центрированности, счастья и успеха были -0,48; -0,27; -0,43 и -0,55 соответственно (первая и последняя значимы на уровне $p < 0,01$). Для лиц, имеющих высокий уровень материального благополучия, эти связи отсутствовали. Выявлена также отрицательная

корреляция ($r=-0,23$) между шкалой счастья и общим уровнем удовлетворенности жизнью.

В третьем исследовании (102 чел., мужчин и женщин поровну) рассчитывались корреляции между общей шкалой материализма и личностными ценностями (по Рокичу), а также самооценкой, измеренной по модифицированной методике А. Прихожан. Установлены отрицательные связи уровня материализма со значимостью абстрактных (духовных) ценностей, таких как познание, счастье других, красота природы, творчество, любовь, а также самооценкой ($r=0,23$; $p=0,003$) и положительная – с удовлетворенностью собой субъекта ($r=0,31$; $p<0,001$). В целом полученные результаты апробации русскоязычной версии опросника согласуются как с данными Ричинс, так и с нашей гипотезой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты, касающиеся адаптации данной русскоязычной версии MVS, являются многообещающими. С позиции внутренних и внешних критериев, все шкалы обладают приемлемым уровнем надежности и валидности. Факторная структура опросника полностью соответствует теоретической модели. Краткая (12 пунктов) версия опросника имеет ряд преимуществ. Как метод диагностики опросник занимает немного места и времени, что позволяет исследователям включать его в общую программу исследования, наряду с другими приемами измерения психологических переменных. Краткую версию также легче «замаскировать» в опросах или экспериментах, встраивая ее среди других методик, тем самым снижая влияние на результаты опроса «психологии угадывания» респондента. Еще одним преимуществом краткой версии MVS является то, что субшкалы материализма одинаково «взвешены» в итоговом (суммированном) балле по общей шкале. Важнейшей задачей дальнейших исследований мы считаем выявление предсказательной возможности разных шкал опросника, а также уровня материализма на различных выборках.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Журавлев А.Л., Рошин С.К., Хащенко В.А., Шорохова Е.В.* История и методы социальной психологии // Психология XXI века: Учебник для вузов / Отв. ред. В.Н. Дружинин. М.: ПЕР СЭ, 2003. С.613-634.
- Методики социально-психологической диагностики личности и группы. М.: Институт психологии АН СССР, 1990.
- Методики социально-психологического исследования личности и малых групп. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995.
- Позняков В.П., Журавлев А.Л.* Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М.: Институт психологии РАН, 1995.
- Психологические исследования проблем современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Психологические проблемы современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Психология человека и общества: научно-практические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Сергиенко Е.А., Ветрова И.И.* Эмоциональный интеллект: (MSCEIT v. 2.0): Руководство. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010.
- Совместная деятельность: методы исследования и управления. М.: Институт психологии РАН, 1992.
- Современная психология: состояние и перспективы исследований: юбилейная научная конференция. Часть 5. Программы и методики психологического исследования личности и группы. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002.
- Современная психология: справочное руководство / Отв. ред. В.Н. Дружинин. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.
- Социально-психологические методы практической работы в коллективе: диагностика и воздействие. М.: Институт психологии АН СССР, 1990.
- Феномен и категория зрелости в психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.

- Хащенко В.А.* Ценностные ориентации различных социальных групп в условиях разных форм собственности // Социальная психология экономического поведения. М.: Наука, 1999. С.56-67.
- Хащенко В.А.* Субъективное экономическое благополучие и его измерение: построение опросника и его валидизация // Экспериментальная психология. 2011. №1. С.106-127.
- Хащенко В.А.* Психология экономического благополучия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Хащенко В.А., Журавлев А.Л.* Разработка методик социально-психологической диагностики: некоторые итоги // Труды Института психологии РАН. В 2-х книгах. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995. С.153-157.
- Хащенко В.А., Журавлев А.Л.* Динамика экологического сознания населения России в связи с глобальными изменениями природной среды: программа социально-психологического исследования // Динамика социально-психологических явлений в изменяющемся обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996. С.209-214.
- Ahuvia A., Wong N.* Materialism: Origins and Implications for Personal Well-Being // European Advances in Consumer Research. V.2 / Ed. F. Hansen, Provo, UT: Association for Consumer Research. 1995. P.172-178.
- Belk R.W.* Materialism: Trait aspects of living in the material world // Journal of Consumer Research. 1985. №12. P.265-280.
- Belk R., Zhou N.* A reader response analysis of global and local appeals Chinese advertising. Salt Lake City, Utah: Odyssey Films, 2001 (21 minutes video)
- Campbell D.T.* Various Social Attitude Scales // Measures of Political Attitudes / Ed. John P. Robinson and Phillip R. Shaver, Ann Arbor, MI: Survey Research Center, University of Michigan, 1969. P.648-653.
- Corneo G., Olivier J.* Conspicuous Consumption, Snobbism and Conformism // Journal of Public Economics. 1997. №66 (Oct). P.55-71.
- Cowles D., Crosby L. A.* Measure Validation in Consumer Research: A Confirmatory Factor Analysis of the Voluntary Simplicity Lifestyle Scale / Advances in

- Consumer Research. V.13 / Ed. R.J. Lutz, Provo, UT: Association for Consumer Research, 1986. P.392-397.
- Dawson S.* Trait Materialism: Improved Measures and an Extension to Multiple Domains of Life Satisfaction // AMA Winter Educators' Conference / Ed. S. Shapiro, A.H. Walle. Chicago: American Marketing Association, 1988. P.478-481.
- Easterlin R.A., Crimmins E.M.* Private materialism, personal self-fulfilment, family life and public interest: the nature, effects, and causes of recent changes in the values of American youth // Public Opinion Quarterly. 1991. №55. P.499-533.
- Furnham A., Valgeirsson H.* The effect of life values and materialism on buying counterfeit products // Journal of Socio-Economics. 2007. №36 (5). P.677-685.
- Kasser T.* The High Price of Materialism. Cambridge, MA: MIT Press, 2002.
- Kasser T., Ahuvia A.* Materialistic values and well-being in business students // European Journal of Social Psychology. 2002. V.32. №1. P.137-146.
- Lynn M., Harris J.* The desire for unique consumer products: a new individual differences scale / Psychological Marketing. 1997. №14. P.601-616.
- Lu L.C., Lu C.J.* Moral Philosophy, Materialism and Consumer Ethics: An Exploratory Study in Indonesia // Journal of Business Ethics. 2010. №94. P.193-210.
- Mason R.S.* Conspicuous consumption: A literature review // European Journal of Marketing . 2001. №18(3). P.26-39.
- Mick D.G.* Are Studies of Dark Side Variables Confounded by Socially Desirable Responding? The Case of Materialism // Journal of Consumer Research. 1996. №23 (September). P.106-119.
- Moschis G. P., Churchill G. A.* Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis / Journal of Marketing Research. 1978. №15. P.599-609.
- Richins M.L.* Media, Materialism, and Human Happiness // Advances in Consumer Research. 1987. V.14. P.352-356.

Richins M.L., Dawson S.A. Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation // *Journal of Consumer Research*. 1992. V.19. №3. P.303-314.

Richins M. L. The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form // *Journal of Consumer Research*. 2004. V.31. №1. P.209-219.

Rosenberg M. Society and the Adolescent Self Image. Princeton: Princeton University Press, 1965.

Pinto M.B., Parente D.H., Palmer T.S. Materialism and Credit Card Use by College Students // *Psychological Reports*. 2000. № 86 (April). P.643-652.

Swami V., Chamorro-Premuzic T., Furnham A. Faking it: Personality and individual difference predictors of willingness to buy counterfeit goods // *The Journal of Socio-Economics*. 2009. №38. P.820-825.

Wan W.W.N., Luk C.L., Yau O.H.M., Tse A.C.B., Sin L.Y.M., Kwong K.K., Chow R.P.M. Do traditional Chinese Cultural Values Nourish a Market for Pirated CDs / *Journal of Business Ethics*. 2009. V.88. P.185-196.

Wee C., Tan S.-J., Cheok K.-H. Non-price determinants of intention to purchase counterfeit brands // *International Marketing Review*. 1995. V.12. P.19-47.

Zhao X., Belk R. Sinolization: An International Advertising Strategy for China // *Journal of Asia Pacific Marketing*. 2006. №.1(1). P.3-18.

Приложение 1. Пункты опросника MVS по шкалам (русскоязычная версия)

Успех

1. Я восхищаюсь людьми, у которых есть дорогие дом, машины и одежда.
2. Некоторые из наиболее важных достижений в жизни сопряжены с приобретением имущества.
3. Я не придаю особого значения размеру имущества людей как признаку успеха в жизни (отсутствует в версии 12–пунктов).
4. Вещи, которыми я владею, – свидетельство того, насколько я благополучен в жизни.

5. Мне нравится иметь вещи, которые производят впечатление на людей.

6. Я не уделяю много внимания вещам (имуществу), которыми владеют другие люди (отсутствует в версии 12–пунктов).

Материальная центрированность

7. Я обычно покупаю только те вещи, которые мне нужны.

8. Я стараюсь не придавать вещам (имуществу) большого значения в жизни.

9. Вещи, которыми я владею, вовсе не так важны для меня (отсутствует в версии 12–пунктов).

10. Мне доставляет удовольствие тратить деньги на непрактичные вещи.

11. Покупка вещей доставляет мне большое удовольствие (отсутствует в версии 12–пунктов).

12. Я люблю, чтобы в моей жизни было много предметов роскоши

13. Я придаю меньше значения вещам и имуществу, чем большинство людей, которых я знаю (отсутствует в версии 12–пунктов).

Счастье

14. У меня есть все вещи, которые мне действительно необходимы, чтобы наслаждаться жизнью (отсутствует в версии 12–пунктов).

15. Моя жизнь была бы лучше, если бы у меня были некоторые вещи, которых у меня нет.

16. Я не стал бы счастливее, если бы имел более ценные вещи.

17. Я стал бы счастливее, если бы мог позволить себе покупать больше вещей.

18. Иногда меня немного беспокоит то, что я не могу позволить себе купить все, что мне бы хотелось.