



МОДЕРИРУЮЩЕЕ ВЛИЯНИЕ ЦЕННОСТЕЙ НА СВЯЗЬ МАТЕРИАЛИЗМА И УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ЖИЗНЬЮ

ХАЩЕНКО В.А.

*Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН),
г. Москва, Российская Федерация*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6257-7580>, e-mail: valery.khashchenko@gmail.com

ХАЩЕНКО Н.Н.

*Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН),
г. Москва, Российская Федерация*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7111-4166>, e-mail: nadin-khash@yandex.ru

В статье представлены результаты исследования влияния базовых индивидуальных ценностей личности на взаимосвязь между материализмом и удовлетворенностью жизнью. С использованием регрессионного анализа изучалась выборка из 184 участников (92 женщины, 92 мужчины) в возрасте от 18 до 59 лет, с целью выяснения модерации влияния материализма на удовлетворенность жизнью базовыми ценностями. Данные собирались с использованием русской версии опросника индивидуальных ценностей Шварца PVQ-RR, опросника ценностного материализма (ОЦМ) и шкалы удовлетворенности жизнью (SLS). Эффект модерации материализма индивидуальными ценностями тестировался отдельно. Обнаружено, что материализм слабо отрицательно влияет на удовлетворенность жизнью, и что сила этой связи модерируется системами ценностей высокого порядка и метаценностями. Подтверждено позитивное модерирующее воздействие систем индивидуально-ориентированных ценностей, а также ценностей Открытости изменениям, развития и роста на связь между материализмом и удовлетворенностью жизнью. Гипотезы об эффектах взаимодействия материализма с остальными ценностями, включенными в модель анализа, не подтвердились.

Ключевые слова: ценностный материализм, удовлетворенность жизнью, базовые ценности, экономическая психология, психология потребления.

Для цитаты: Хащенко В.А., Хащенко Н.Н. Модерирующее влияние ценностей на связь материализма и удовлетворенности жизнью // Экспериментальная психология. 2024. Том 17. № 4. С. 154—167. DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2024170410>



THE MODERATING INFLUENCE OF VALUES ON THE RELATIONSHIP BETWEEN MATERIALISM AND LIFE SATISFACTION

VALERY A. KHASHCHENKO

Institute of Psychology of RAS, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6257-7580>, e-mail: valery.khashchenko@gmail.com

NADEZHDA N. KHASHCHENKO

Institute of Psychology of RAS, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7111-4166>, e-mail: nadin-khash@yandex.ru

In this article, we investigate if and how basic individual values influence the relationship between materialism and life satisfaction. Using regression analysis, we analyze a sample of 184 participants (92 females, 92 male), whose ages ranged from 18 and 59 years, to investigate if the impact of materialism on life satisfaction is moderated by basic values. Data were collected using the Russian version of Schwartz's PVQ-RR individual values questionnaire, the Value Materialism Questionnaire (VMQ) and the Life Satisfaction Scale (SLS). We found that materialism weakly negatively affects life satisfaction and that the strength of this relationship is moderated by higher-order values and meta-values. We tested the moderating effect of these values of materialism separately. We found that only higher-order value Openness to Change well as individual orientation focus meta-value (Self-Enhancement and Openness to Change) that interacted significantly with materialism. Hypotheses about the effects interacting materialism with all other values were included in the model were not confirmed.

Keywords: value materialism, life satisfaction, basic values, economic psychology, consumer psychology.

For citation: Khashchenko V.A., Khashchenko N.N. The Moderating Influence of Values on the Relationship between Materialism and Life Satisfaction. *Экспериментальная психология = Experimental Psychology (Russia)*, 2024. Vol. 17, no. 4, pp. 154–167. DOI: <https://doi.org/10.17759/expps.2024170410> (In Russ.).

Введение

В современном обществе наметился выраженный тренд роста материализма. Несмотря на различные причины, которые могут объяснить, почему уровень материализма возрос в последнее время, самое простое объяснение состоит в том, что многие люди полагают, что материальные ценности безусловно являются важным условием благополучия в жизни.

Термин «материализм» в целом хорошо известен, и у большинства людей существует интуитивное понимание, что это значит, в то время как научные определения материализма отличаются известным многообразием. Наиболее известные примеры подходов предлагают его концептуализацию как ценности [18], черты личности [8], внешней мотивации [16], установки [9], а также как предпочтение потребностей низшего порядка (экономических) в противовес потребностям высшего порядка — постматериальным (неэкономическим) [12]. Н. Ditmar (2014) определяет материализм как относительно стабильную личностную диспозицию в принятии ценностей, целей и связанных с ними убеждений о важности приобретения денег и имущества, связанную с определенным статусом человека [10]. Тем не менее, несмотря на различия в определении материализма, их объединяет одно общее соображение: материализм рассматривают как стабильную личностную черту, которая наделяет человека негативными качествами и наносит ущерб его благополучию. Т. Kasser (2016) [14]



указывает на то, что материалисты имеют более низкое качество межличностных отношений, действуют более экологически разрушительно, имеют неблагоприятную трудовую и учебную мотивацию, а также более низкое личное и физическое благополучие.

Взаимосвязь материализма и субъективного благополучия широко обсуждается в науке [22]. Доминирующая в ней точка зрения — материализм, как правило, негативно влияет на удовлетворенность жизнью, что подтверждается многочисленными исследованиями, проведенными в разных странах. Однако в последние годы связь между материализмом и удовлетворенностью жизнью рассматривается как не столь однозначная: отношения между материализмом и субъективным благополучием не являются стабильными и однородными, могут быть отрицательными, положительными [5] или вообще разнонаправленными. Н. Ditmar и ее коллеги [10], используя анализ метаанных (258 независимых выборок), показали, что корреляции между общим материализмом и удовлетворенностью жизнью негативные и слабые (медианное значение корреляции = $-0,15$, 25-й перцентиль = $-0,24$, 75-й перцентиль = $-0,05$) и не всегда предсказывают снижение благополучия. Среди модераторов этой связи выделены: демографические (гендер и возраст) и культурно-экономические (религиозные убеждения и принадлежность, культурные ценности индивидуализма и коллективизма, социально-экономическое неравенство) индикаторы, ценностные особенности социальной среды (поддержка материалистических ценностей и эмоциональной автономии), а также психологические переменные — удовлетворенность потребностей (в автономии, компетентности и зависимости) и экономическая мотивация [10; 22].

В данной работе мы концептуализируем эффекты материализма с точки зрения мотивационных целей, лежащих в основе материалистического поведения, опираясь на идею S. Schwartz (1992) [19] об иерархии базовых ценностей, формирующих единый мотивационный континуум, состоящий из связанных видов мотивов и осознанных ценностей. Взгляд на природу эффектов материализма с позиции мотивационного подхода позволяет проанализировать опосредующую или модерирующую роль ценностей и мотивов, репрезентирующих различные механизмы, посредством которых материализм может влиять на удовлетворенность жизнью.

Целью данной работы является исследование влияния индивидуальных ценностей на направленность и характер связи между материализмом и удовлетворенностью жизнью. Исследование модерирующих эффектов мотивации направлено на понимание сложных отношений между материализмом и благополучием, позволяет анализировать возможные последствия материализма. Представленное исследование можно рассматривать шагом к пониманию природы материализма как многомерного явления, связанного с мотивационными устремлениями личности относительно различных значимых аспектов жизни, его отношений с базовыми ценностями личности.

Концептуализация

T. Kasser и R. Rayn (1993) [16] показали, что тесная связь между финансовыми устремлениями и благополучием человека зависит от лежащих в их основе мотивов и ценностей и при определенных условиях материализм может иметь положительные последствия. Исследования материализма и индивидуальных ценностей подтверждают, что эти два феномена тесно связаны [1; 9; 17; 18]. Таким образом, если материализм действительно является ценностью, он должен занять предсказуемое место в системе индивидуальных ценностей человека. J. Burroughs, A. Rindfleisch (2002) [9] первыми определили положение материализма в модели индивидуальных ценностей Ш. Шварца, используя аппарат многомерного шкалирования. Материализм обнаруживает взаимосвязь с ценностями власти, достижения и самосто-



тельности, соотносится с ценностями гедонизма и стимуляции. В то же время материализм находился в относительном конфликте с коллективными ценностями — самоопределения, благожелательности, универсализма и конформизма. Исследования, проведенные в разные годы в Турции, Канаде и Германии, также указывают на положительную связь материализма с ценностями гедонизма, достижений, стимулирования, власти и отрицательно — с конформизмом, универсализмом и благожелательностью [13; 17; 14]. Причем ценность самоутверждения рассматривается как наиболее существенный предиктор материализма.

Однако обзор литературы показывает, что существует недостаток исследований, напрямую связывающих эффекты взаимодействия материализма с удовлетворенностью жизнью и системой индивидуальных ценностей личности, хотя, на первый взгляд, такой анализ выглядит логичным и перспективным. Результаты исследований позволяют предположить, что позитивный или негативный эффект материализма на удовлетворенность жизнью может зависеть от мотивации, лежащей в его основе, по крайней мере в конкретных ситуациях. L.J. Shrum et al. (2014) [21] полагают, что возможные направления исследований, которые потенциально могут прояснить это противоречие, связаны с включением схемы анализа этой связи в систему базовой мотивации — конкретных мотивов, ценностей и целей. Такой подход дает возможность более надежно проанализировать эффекты материализма на субъективное благополучие, так как сосредоточен на анализе ценностных модераторов, опосредующих отношения между материализмом и удовлетворенностью жизнью. Несмотря на то, что подобные исследования не позволяют полностью решить проблемы причинно-следственной связи вследствие существующих ограничений корреляционных исследований, их результаты, безусловно, расширяют возможности анализа благополучия человека во взаимосвязи с материализмом как личностной ценностью, увеличивают обоснованность этих отношений.

В теоретическом контексте основная идея настоящего исследования направлена на проверку предположения о посреднической роли ценностей в качестве модераторов связи материализма и удовлетворенности жизнью. Используя регрессионный анализ, мы сможем оценить, является ли влияние материализма на удовлетворенность жизнью модулирующим эффектом базовых индивидуальных ценностей.

Гипотезы. Согласно принятому в науке пониманию, материалисты больше ориентированы на одобрение ценностей, целей и связанных с ними убеждений, которые сосредоточены на важности приобретения материальных ресурсов и богатства для достижения статуса в жизни. Мы предположили, что модулирующая роль ценностей зависит от места материализма в системе базовых ценностей личности.

Теоретически важно понимать, что позитивное или негативное следствие материализма на удовлетворенность жизнью определяется не значимостью материальных благ (деньги, вещи, богатство и т. п.) для человека, а тем, с какой целью они могут быть использованы, т. е. от природы мотивов его стремления к ним. Исходя из теории ценностей как мотивационного континуума Ш. Шварца, мы полагаем, что материализм как ценность наличествует, по крайней мере в той или иной степени, у всех людей, потому что он представляет собой фундаментальный мотив в системе личностной мотивации [11; 19]. Даже если конкретный субъект не придает большого значения материализму, эта ценность, тем не менее, всегда присутствует в его ценностном (мотивационном) поле. В определенных обстоятельствах ценность материализма актуализируется и влияет на поведение человека. Исследования F.M.E. Grouzet et al. (2005) [11] свидетельствуют о том, что эффекты актуализации ценности материализма могут приводить не только к стимулированию целей приобретения денег и имущества, но и так-



же целей свободы действий, новизны и гедонизма, поскольку эти цели совместимы с целями финансового успеха. При этом одновременно способны подавлять поведение и отношения, которые отражают ценности, находящиеся с материализмом в «конфликте». В то же время активизация социальных ценностей, увеличивающая внимание людей к чувству общности и принадлежности, должна сдерживать цели финансового успеха.

Другими словами, эффекты влияния материализма на удовлетворенность жизнью зависят от особенностей отношений (конфликта или совместимости) ценности материализма с базовыми ценностями в мотивационном континууме личности. При этом акцент в исследовании делается на анализе воздействия не отдельных ценностей, а систем ценностей, упорядоченных в соответствии с четырьмя мотивационными их измерениями [19]. На данном этапе исследований мы лишь выдвигаем предположение о том, какие метаценности и их соотношение будут взаимодействовать с материализмом в опосредовании его связи с удовлетворенностью жизнью, а следовательно, формулируем следующие гипотезы о модерации:

- (Н1) модератором связи между материализмом и удовлетворенностью жизнью являются ценности высшего порядка: сохранения (а), самоопределения (б), самоутверждения (в) и открытости изменениям (г);
- (Н2) модератором связи между материализмом и удовлетворенностью жизнью могут стать метаценности с социальным фокусом направленности (сохранения и самоопределения);
- (Н3) модератором связи между материализмом и удовлетворенностью жизнью могут выступать ценности с личным фокусом направленности (самоутверждения и открытости изменениям);
- (Н4) метаценности, направленные на защиту от угроз и тревоги усиливают отрицательную связь между материализмом и удовлетворенностью жизнью (а); ценности, направленные на рост и саморазвитие, ослабляют влияние материализма на удовлетворенность жизнью (б).

Метод

Выборка. В исследовании приняли участие 184 человека в возрасте от 17 до 59 лет (средний возраст – 22,7 лет); 80% составляли респонденты до 25 лет. Преобладающая часть выборки (68,8%) – студенты. Проценты и распределение респондентов по гендеру, образованию, брачному статусу, наличию/отсутствию детей представлены в табл. 1.

Таблица 1

Количество и процент распределения респондентов по полу, образованию, наличию детей и брачному статусу

Переменные	Показатели	Количество	Проценты (%)
Пол	Муж.	92	50,0
	Жен.	92	50,0
Образование	Среднее, среднее специальное образование	38	20,65
	Незаконченное высшее образование	126	68,48
	Высшее образование	20	10,87
Наличие детей	Да	18	9,80
	Нет	166	91,20
Брачный статус	В браке	30	16,30
	Вне брака	154	83,70



Методики

Ценностный опросник PVQ-RR *III. Шварца* (российская версия) [4]. Опросник включает 57 пунктов и позволяет измерять ценности на разных мотивационных уровнях: 19 первичных ценностей, которые могут быть объединены в десять базовых ценностей и четыре ценности высшего порядка. Шкала ответов содержит 6 альтернатив: от 0 — «совсем не похож на меня», до 5 — «очень похож на меня». В данном исследовании измерялись ценности на уровне мотивационной ориентации высшего порядка: открытости изменениям, сохранения, самоутверждения и самоопределения, объединяющие первичные и базовые ценности. Открытость изменениям включает в себя такие базовые ценности, как самостоятельность, стимулирование и гедонизм. Ценность сохранения соответственно объединяет ценности безопасности, конформизма и традиции. Ценность самоопределения — комбинация ценностей универсализма и благожелательности. Ценность самоутверждения включает базовые ценности власти и достижения. Теория мотивационного континуума позволяет выделять пары оппозитных метаценностей по их направленности: на социальные (сохранение и самоопределение) или индивидуальные (открытость изменениям и самоутверждение) цели; на защиту и избегание тревоги (самоутверждение и сохранение) или на развитие и рост (самоопределение и открытость изменениям). Проведенная проверка нормальности показала, что по критерию Колмогорова—Смирнова ($p \geq 0,05$) нормальное распределение демонстрируют все шкалы. Оценка внутренней согласованности шкал методики и их надежности проводилась путем вычисления α Кронбаха ($\alpha \geq 0,7$). Надежность измеряемых переменных составила следующие значения: открытость к переменам — 0,82; сохранение — 0,89; самоутверждение — 0,88; самоопределение — 0,88; коллективно-ориентированные ценности — 0,82; лично-ориентированные ценности — 0,83; развитие и рост — 0,78; защита и избегание тревоги — 0,72.

Опросник ценностного материализма (ОЦМ) [3]. Опросник составляют 22 утверждения, отражающие ценностные конструкты с потенциально различным мотивационным смыслом. Методика предполагает оценку степени согласия с суждениями о готовности большинства людей поступиться или пренебречь разными целями жизни ради личной материальной выгоды (богатства, больших денег). Пример пункта опросника — «Готовность ради денег пренебречь эмоциональной и духовной близостью с близким человеком». В качестве шкалы измерения ответов респондентов используется пятибалльная шкала оценок — от «совершенно не согласен» до «полностью согласен» с оцениваемым утверждением. Распределение показателя общей шкалы материализма (сумма 22 пунктов) оказалось нормальным ($K-S d = 0,079$; $p > 0,20$; Lilliefors $p < 0,01$). Полученные данные продемонстрировали высокую надежность общей шкалы материализма: α Кронбаха равен 0,96.

Шкала удовлетворенности жизнью (LS) [2]. Методика предполагает измерение общей оценки удовлетворенности жизнью по 22 наиболее значимым аспектам жизни (семья, финансы, межличностные отношения, безопасность, потребности) на основе 5-балльной шкалы Лайкерта. Проверка шкалы подтвердила ее надежность — α Кронбаха равна 0,86. Проверка на нормальность распределения данных по шкале также подтвердилась ($K-S d = 0,044$; $p > 0,20$; $SH.-Ww = 0,990$; $p > 0,25$).

Была также использована анкета для сбора данных о возрасте, поле, уровне образования, брачном статусе и наличии детей. Обработка результатов проводилась с помощью статистического пакета, входящего в программу Statistica версия 12.



Результаты

Целью данного исследования является изучение того, как влияние материализма на удовлетворенность жизнью зависит от индивидуальных ценностей личности. Техника построения регрессионных моделей, предложенная R. Baron, D. Kenny [6], использована для проверки гипотезы — модерируют ли метаценности связь между материализмом и удовлетворенностью жизнью. В качестве зависимой переменной (ЗП) выступает удовлетворенность жизнью, в качестве модератора — взаимодействие ценностей высшего порядка (метаценностей) и материализма, в качестве предикторов — демографические переменные и материализм. Чтобы избежать проблем мультиколлинеарности, «взаимодействие» между предиктором и каждым модератором анализировалось отдельно. Все переменные (кроме демографических) были центрированы с помощью процедуры стандартизации. Описательная статистика переменных и корреляции между ними размещена в Приложении.

Прежде чем представить и обсудить результаты анализа, необходимо отметить ограниченность выводов о причинно-следственной связи на основе перекрестного регрессионного анализа. Эксперименты [7; 15; 21] и исследования методом продольных срезов [23] показывают, что экспериментально вызванный рост ориентации на материалистические ценности у испытуемых сопровождается изменениями их благополучия. Эти результаты позволяют предположить, что причинно-следственная связь между материализмом и субъективным благополучием действительно существует, тем не менее ее направленность является предметом научных дискуссий [10].

Интерпретация эффекта материализма на благополучие предполагает, что эта переменная независима от других переменных. Материалистические предпочтения могут определять выбор образования и карьеры, дохода или другое, например количество детей в семье. С другой стороны, согласно теоретическим предположениям и отчасти обсуждаемым выше эмпирическим данным, материализм тесно связан с внутренними, психологическими факторами: мотивационными смыслами, ценностями, целями, установками и т.п. В моделях регрессии материализм рассматривается нами как явление, связанное с базовыми индивидуальными ценностями. Конечно, в идеальном случае желательно, чтобы переменная материализма не была бы связана с другими переменными. Это позволило бы просто и понятно интерпретировать полученные регрессионные коэффициенты. К сожалению, на основе наших данных невозможно получить «истинную» экзогенную оценку материализма. Однако, включив спектр контрольных переменных, мы надеемся, что сможем в какой-то мере нивелировать альтернативные объяснения. В дальнейшем мы будем интерпретировать наши результаты, предполагая, что материализм является экзогенной переменной.

В соответствии с целью исследования, перед проведением иерархической линейной регрессии (GRM) был осуществлен парный корреляционный анализ между модератором, независимыми и зависимой переменными. Результаты показывают, что материализм слабо отрицательно ($r = -0,18$; $p < 0,05$) связан с удовлетворенностью жизнью. При этом он позитивно связан с ценностью открытости изменениям и отрицательно — с ценностью сохранения. Между материализмом и ценностями самоутверждения и самоопределения значимых корреляций не обнаружено. В целом, корреляции ценностей между предикторами и зависимой переменной слабые, что позволяет включать их в модель регрессионного анализа в качестве модераторов. Согласно полученным данным, более высокие значения в выборке имеют показатели ценности открытости изменениям и самоопределения, низкие — сохранения и самоутверждения. В табл. 2



показаны результаты регрессионного анализа влияния материализма на удовлетворенность жизнью, как и эффекты его взаимодействия с ценностями высшего порядка и метаценностями.

Таблица 2

GRM регрессионный анализ удовлетворенности жизнью как зависимой переменной

Модель	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Пол	,13* (1,67)	,13* (1,68)	,16** (2,06)	,12 (1,62)	,16** (2,19)	,18** (2,74)	,18** (2,21)	,15** (2,00)	,11 (1,52)
Образование	,09 (1,19)	,08 (1,00)	,10 (1,19)	,10 (1,21)	,10 (1,31)	,07 (1,00)	,12 (1,51)	,11 (1,33)	,10 (1,27)
Брачный статус	,12 (1,47)	-,13 (-,145)	-,15 (-,1,68)	-,11 (-,1,13)	-,09 (-,1,06)	-,10 (-,1,1)	-,15 (-,1,76)	-,08 (-,0,91)	-0,11 (-,1,25)
Наличие детей	,29** (-,2,46)	,29** (2,46)	,32*** (2,67)	,25** (2,06)	,48*** (4,06)	,49*** (4,29)	,34** (2,82)	,48*** (4,14)	0,26** (2,16)
Возраст	-,18* (-,1,62)	-,20* (-,1,71)	-,19* (-,1,66)	-,20* (-,1,76)	-,30*** (-,2,74)	-,38*** (-,3,59)	-,22 (-,1,93)	-,28*** (-,2,63)	-0,20 (-,1,75)
Материализм (ЦМ)	-,18** (-,2,44)	-,18** (-,2,17)	-,16** (-,2,07)	-,21** (-,2,71)	-,25*** (-,3,44)	-,32*** (-,4,46)	-,18 (-,3,34)	-,27*** (-,3,59)	-,20** (-,2,53)
Сохранение		,01 (,04)					-,15 (-,95)		-,03 (-,31)
Самоопределение			,12 (1,47)				,38** (2,47)	,06 (,74)	
Самоутверждение				-,06 (-,82)		-,34*** (-,4,09)			-,06 (-,72)
Открытость изменениям					,33 (4,46)	,53*** (6,24)		,38*** (4,63)	
ЦМ x Сохранение		-,06 (-,69)							
ЦМ x Самоопределение			,01 (0,12)						
ЦМ x Самоутверждение				,09 (1,15)					
ЦМ x Открытость изменениям					,18** (2,44)				
ЦМ x Социальный фокус							-,38 (-,74)		
ЦМ x Личностный фокус						,20** (2,71)			
ЦМ x Развитие, рост								,21*** (2,79)	
ЦМ x Самозащита									,09 (1,18)
R ²	,09	,09	,11	,10	,22	,28	,13	,28	,10

Примечание: «*», «**» и «***» — обозначают значимость на уровне p<0,10, p<0,05 и p<0,01; значения t показаны в скобках.



Модель 0 демонстрирует отрицательное влияние материализма на удовлетворенность жизнью, когда контролируются демографические переменные. Пол, наличие детей и возраст влияют на удовлетворенность жизнью у материалистов. Остальные контрольные переменные не оказывают существенного влияния на то, насколько люди удовлетворены жизнью. Однако коэффициент объясненной дисперсии в этой модели невелик и составляет 6,4%: после контроля демографических переменных материализм объясняет дополнительно 2,8% дисперсии зависимой переменной (ЗП).

В моделях 1–4 проверялись гипотезы о значимости взаимодействия материализма и индивидуальных метаценностей, которое позволяет объяснить изменения ЗП. В моделях 1–3 эффект взаимодействия ценностей сохранения, самоопределения и самоутверждения с материализмом является незначимым. Соответственно, прирост объяснительной силы детерминации ЗП не существенен. Сила связи между материализмом и удовлетворенностью жизнью статистически одинакова во всех случаях и не зависит от наличия/отсутствия у субъекта ориентации на данные метаценности. В модели 4 проверялась гипотеза о характере взаимодействия ценности открытость изменениям, с материализмом. Эффект модерации значимый, положительный, что изменяет характер связи между материализмом и удовлетворенностью жизнью. Это означает, что негативный эффект материализма на удовлетворенность жизнью существенно ослабляется у тех материалистов, кто разделяет ценности, которые мотивируют к развитию новых или преобразующих идей, новизне и переменах, эмоциональным переживаниям.

Модель объясняет существенный прирост дополнительной дисперсии ЗП после контроля самих предикторов: коэффициент детерминации возрос на 13% ($R^2=22\%$) по сравнению с исходной моделью. Подчеркнем, что этот эффект модерации более характерен для молодых женщин, студенток, не имеющих детей. Таким образом, гипотеза 1 подтвердилась только для ценности открытости изменениям, для других ценностей (самоопределения, сохранения и самоутверждения) эмпирических доказательств не обнаружено.

В моделях 5–6 проверялась гипотеза 2 об общем эффекте влияния пары оппозитных метаценностей: первая с личным фокусом направленности целей (самоутверждение и открытость изменениям) связана с получением выгоды для себя (модель 5), вторая выражает социальную устремленность ценностей (сохранение и самоопределение), реализация которой связана с учетом интересов других людей и следованием социальным нормам поведения (модель 6).

Совместный эффект модерации связи материализма и удовлетворенности жизнью со стороны личностно-ориентированных ценностей оказался значимым. Прирост процента объяснения дополнительной дисперсии составил 19%, что является существенным значением ($R=28\%$). Общий положительный эффект модерации этими ценностями характерен для девушек студенток, характеризующихся высоким уровнем материализма и не имеющих детей. Совмещение материализма и ценностей, фокусирующихся на личной выгоде, повышает уровень их удовлетворенности жизнью.

Взаимодействие ценностей социальной направленности с материализмом не является значимым и процент объяснения дополнительной дисперсии ЗП по сравнению с моделью 0 равен 3,65. Таким образом, гипотеза 3 подтвердилась в отношении модерирующего воздействия личностно-ориентированных ценностей на связь между материализмом и удовлетворенностью жизнью.

Подтвержден значимый положительный эффект взаимодействия ценностей развития, роста и материализма (модель 7). Видимо, удовлетворенность жизнью выше у тех



материалистов, кто разделяет ценности саморазвития, т.е. этот эффект ослабляет отрицательное воздействие материализма на удовлетворенность жизнью. Взаимодействие материализма с ценностями роста и саморазвития объясняет прирост дополнительной дисперсии ЗП ($\Delta R^2=19\%$).

Гипотеза 4 (модель 8) в части эффекта воздействия на материализм ценностей с направленностью на поведение самозащиты и избегание тревоги, наоборот, не подтвердилась. Значимого взаимодействия материализма и данной метаценности в нашем исследовании не выявлено.

Обсуждение

Основная цель данного исследования состоит в анализе взаимодействия материализма с базовыми индивидуальными ценностями, которое может опосредовать его влияние на удовлетворенность жизнью, с позиций мотивационно-ценностного подхода. На основании идеи Ш. Шварца о мотивационном континууме личности мы изучали эффекты модерации и взаимосвязи между материализмом и удовлетворенностью жизнью на основании анализа ценностей, которые представляют собой иерархически выстроенную систему мотивационных уровней и включают: первичные, базовые и метаценности — ценности высшего порядка. Согласно модели исследования, изучались четыре метаценности: открытость изменениям, самоопределение, сохранение и самоутверждение. Порядок выраженности данных ценностей в нашей выборке является следующим: среднее значение выше у ценностей открытости изменениям и самоопределения, ниже — у ценностей сохранения и самоутверждения (традиции, власть, конформизм). Установленная иерархия ценностей по важности согласуется с результатами исследований, проведенных в разных странах [20]. Ценность открытости изменениям мотивирует людей работать продуктивно, ценить свободу мысли, стремиться к новизне, творчеству и самоуправлению, позволяет находить новые пути, которые обеспечат чувство благополучия не только отдельного индивида, но и всей социальной группы (или групп), с которыми он взаимодействует тем или иным образом.

Исследование обнаружило слабое отрицательное влияние материализма на удовлетворенность жизнью. При этом пол, наличие детей и возраст оказывают слабое (не модулирующее) влияние на удовлетворенность жизнью у материалистов, что согласуется с данными других авторов. Н. Dittmar et al. [10] установили, что материализм имеет слабую отрицательную связь с благополучием в группах, в которых преобладают относительно молодые люди и студенты. Негативное влияние материализма на благополучие не изменяется при контроле демографических переменных.

Результаты регрессионного анализа, проведенного при контроле демографических переменных, показали, что подтвердилось наше предположение о том, что значимыми модераторами влияния материализма на удовлетворенность жизнью выступают ценности, представляющие высшие уровни мотивационной иерархии: на уровне метаценностей — открытость изменениям, на уровне пар метаценностей — группы ценностей, выражающие интересы индивида (личностный фокус) и направленные на саморазвитие и рост. Эти ценности наиболее существенны с точки зрения объяснительной силы связи материализма и удовлетворенности жизнью. Позитивное взаимодействие материализма и этих ценностей усиливает вероятность не только ослабления отрицательной связи между материализмом и благополучием, но и изменение ее знака на положительный.



Включение в анализ модерации отдельно ценностей самоопределения, самоутверждения и сохранения, а также метаценностей, ориентированных на самозащиту, избегание тревоги и социальные интересы (других людей и их общностей) обнаружило отсутствие значимого их взаимодействия с материализмом в контексте его влияния на удовлетворенность жизнью.

Полученные результаты показывают, что общие, совместные эффекты модерации системами ценностей более существенны для анализа отношений между материализмом и удовлетворенностью жизнью. В целом, это исследование подтверждает идею о том, что материализм — это значимая ценность/цель, находящаяся в динамических отношениях с другими ценностями в мотивационной системе человека. Ценности — не внешние (эксплицитные) по отношению материализму факторы, а связанные с ним имплицитные элементы иерархической мотивационной системы, опосредующие отношение между материализмом и благополучием. Например, усиление ценностей роста и саморазвития, может не столько ослаблять озабоченность деньгами, имиджем и статусом, сколько наполнять стремление к финансовому успеху новым мотивационным смыслом, создавая новую мотивацию. Тем самым ослаблять отрицательные и усиливать положительные последствия материализма личности для ее благополучия. Таким образом, характер влияния материализма на удовлетворенность жизнью определяется его положением в системе базовых индивидуальных ценностей человека. Данная концептуализация — перспективное направление выявления психологического контекста, при котором материализм может становиться позитивным фактором жизни.

Выводы

Проведенное исследование показывает, что общие, совместные эффекты модерации группами ценностей (личностно-ориентированные ценности, ценности роста), а также отдельными ценностями высшего порядка (открытость изменениям) существенны для анализа отношений между материализмом и удовлетворенностью жизнью. Исследование подтвердило, что влияние материализма на удовлетворенность жизнью связано с его положением в системе базовых индивидуальных ценностей человека. Ценности высшего порядка — открытость изменениям, метаценности с личностным фокусом направленности, а также саморазвития и роста положительно взаимодействуют с материализмом и модерируют связь между ним и удовлетворенностью жизнью. В то же время материализм находится в относительном конфликте с коллективно-ориентированными ценностями — обнаруживаются отрицательные корреляции с ценностями самоопределения, благожелательности, универсализма и сохранения. Модерирующий эффект их влияния на отношение между материализмом и удовлетворенностью жизнью не установлен.

В целом, данное исследование, во-первых, подтверждает плодотворность идеи рассмотрения материализма как ценности с особыми динамическими отношениями к другим целям в системе человеческих ценностей. Продуктивность этой идеи обеспечивает оптимальный способ интеграции разнообразного массива данных, включая связи материализма с удовлетворенностью жизнью, финансовым и потребительским поведением, а также другими важными аспектами жизни. Во-вторых, более правильным подходом было бы признать, что все люди в той или иной мере имеют материалистические устремления, которые могут активизироваться в обществе в силу разных причин. Поэтому перспективнее изучать не то, чем материалисты отличаются от нематериалистов, а психологические (мотивационные) условия, при которых ак-



туализируются эти стремления. В этом контексте подтверждается конструктивность мотивационно-ценностного подхода исследования материализма для разработки исследовательских программ. В-третьих, учитывая, что современная культура потребления стимулирует людей следовать материальным ценностям, важной проблемой становится практическая задача — как компенсировать эту склонность другими важными целями в жизни.

Приложение

Таблица 1

Средние значения (Mean), стандартные отклонения (SD) и корреляции переменных (N=184)

Переменные	Mean	SD	LS	O	S-E	S-T	C	M
Удовлетворенность жизнью (LS)	76,57	12,67	1,00					
Открытость изменениям (O)	4,90	0,50	0,21**	1,00				
Самоутверждение (S-E)	3,99	0,84	-0,02	0,57***	1,00			
Самоопределение (S-T)	4,59	0,61	0,14	0,36**	0,26**	1,00		
Сохранение (C)	4,03	0,66	0,09	0,17	0,30***	0,75***	1,00	
Материализм (M)	69,80	22,50	-0,18**	0,20*	-0,09	-0,20**	-0,36***	-0,01

Примечание: «*», «**» и «***» указывают значимость на уровне 5%, 1% и 0,1%.

Литература

- Смирнова Н.П., Хащенко В.А., Хащенко Н.Н. Ценностные детерминанты материализма личности // Пензенский психологический вестник. 2022. № 2(19). С. 3–28.
- Хащенко В.А. Психология экономического благополучия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. 432 с.
- Хащенко В.А., Хащенко Н.Н. Опросник ценностного материализма: концептуализация и разработка // Экспериментальная психология. 2023. Том 16. № 4. С. 189–203.
- Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Лунатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Журнал Высшей школы экономики. Психология. 2012. Том 9. № 1. С. 43–70.
- Afreen F. An Investigation of Materialism and Life Satisfaction // Journal of Educational, Health and Community Psychology. 2017. Vol. 6. № 3. P.10–24.
- Baron R.M., Kenny D.A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations // Journal of Personality and Social Psychology. 1985. Vol. 51(6). P. 1173–1182.
- Bauer M.A., Wilkie J.E.B., Kim J.K., Bodenhausen G.B. Cuing consumerism: Situational materialism undermines personal and social well-being // Psychological Science. 2012. Vol. 23. P. 517–523.
- Belk R.W. Materialism: Trait aspects of living in the material world // Journal of Consumer Research. 1985. № 12. P. 265–280.
- Burroughs J.E., Rindfleisch A. Materialism and well-being: A conflicting values perspective // Journal of Consumer Research. 2002. Vol. 29(3). P. 348–370.
- Dittmar H., et al. The relationship between materialism and personal well-being: a meta-analysis // Journal of Personal and Social Psychology. 2014. Vol. 107(5). P. 879–924.
- Grouzet F.M.E., Kasser T., Ahuvia A., Ryan R.M., et al. The Structure of Goal Contents across 15 Cultures // Journal of Personality and Social Psychology. 2005. Vol. 89(5). P. 800–816.



12. Inglehart R. Culture shift in advanced industrial society. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1990.
13. Karabati S., Cemalcilar Z. Values, materialism, and well-being: A study with Turkish university students // *Journal of Economic Psychology*. 2010. Vol. 31. P. 624–633.
14. Kasser T. Materialistic Values and Goals // *Annual review of psychology*. 2016. Vol. 67. P. 489–514.
15. Kasser T., Rosenblum K.L., Sameroff A.J., Deci E.L., Ryan R.M., et al. Changes in materialism, changes in psychological well-being: evidence from three longitudinal studies and an intervention experiment // *Motivation and Emotion*. 2014. Vol. 38. P. 1–22.
16. Kasser T., Ryan R.M. A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a central life aspiration // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1993. Vol. 65. P. 410–422.
17. Kilbourne W.E., Dorsch M.J., McDonagh P., Urlen B., Prothero A. The institutional foundations of materialism in Western societies: a conceptualization and empirical test // *Journal of Macromarketing*. 2009. Vol. 29. P. 259–278.
18. Richins M.L., Dawson S.A. Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation // *Journal of Consumer Research*. 1992. Vol. 19. № 3. P. 303–314.
19. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries // *Advances in experimental social psychology*. Vol. 25. / Ed. M. Zanna. N.Y.: Academic Press, 1992. P. 1–65.
20. Schwartz S.H., Bardi A. Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2001. Vol. 32(3). P. 26–290.
21. Shrum L.J., Lowrey T.M., Pandelaere M., Ruvio A.A., Gentina E., Furchheim P., Herbert M., Hudders L., Lens I., Mandel N., Nairn A., Samper A., Soscia I., Steinfield L. Materialism: the good, the bad, and the ugly // *Journal of Marketing Management*. 2014. Vol. 30(17–18). P. 1858–1881.
22. Sirgy M.J., Gurel-Atay E., Webb D., Cicic M., Husic-Mehmedovic M., Ekici A., Johar J.S. Is materialism all that bad? Effects on satisfaction with material life, life satisfaction, and economic motivation // *Social Indicators Research*. 2013. Vol. 110(1). P. 349–366.
23. Wang R., et al. Will materialism lead to happiness? A longitudinal analysis of the mediating role of psychological needs satisfaction // *Personality and Individual Differences*. 2017. Vol. 105. P. 312–317.

References

1. Smirnova N.P., Hashchenko V.A., Hashchenko N.N. Cennostnye determinant materializma lichnosti. *Penzenskij Psihologicheskij Vestnik*, 2022. No. 2(19), pp. 3–28.
2. Hashchenko V.A. Psihologiya ekonomicheskogo blagopoluchiya. M.: Izd-vo «Institut Psihologii RAN», 2012. 432 p.
3. Hashchenko V.A., Hashchenko N.N. Oprosnik cennostnogo materializma: konceptualizaciya i razrabotka. *Eksperimental'naya psihologiya*, 2023. Vol. 16, no. 4, pp. 189–203.
4. Shvarc Sh., Butenko T.P., Sedova D.S., Lipatova A.S. Utochnennaya teoriya bazovyh individualnyh cennostej: primenenie v Rossii. *Zhurnal Vyshej shkoly ekonomiki. Psihologiya*, 2012. Vol. 9, no. 1, pp. 43–70.
5. Afreen F. An Investigation of Materialism and Life Satisfaction. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 2017. Vol. 6, no. 3, pp. 10–24.
6. Baron R.M., Kenny D.A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1985. Vol. 51(6), pp. 1173–1182.
7. Bauer M.A., Wilkie J.E.B., Kim J.K., Bodenhausen G.B. Cuing consumerism: Situational materialism undermines personal and social well-being. *Psychological Science*, 2012. Vol. 23, pp. 517–523.
8. Belk R.W. Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 1985. No. 12, pp. 265–280.
9. Burroughs J.E., Rindfleisch A. Materialism and well-being: A conflicting values perspective. *Journal of Consumer Research*, 2002. Vol. 29(3), pp. 348–370.
10. Dittmar H., et al. The relationship between materialism and personal well-being: a meta-analysis. *Journal of Personal and Social Psychology*, 2014. Vol. 107(5), pp. 879–924.
11. Grouzet F.M.E., Kasser T., Ahuvia A., Ryan R.M. et al. The Structure of Goal Contents across 15 Cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2005. Vol. 89(5), pp. 800–816.



12. Inglehart R. Culture shift in advanced industrial society. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1990.
13. Karabati S., Cemalcilar Z. Values, materialism, and well-being: A study with Turkish university students. *Journal of Economic Psychology*, 2010. Vol. 31, pp. 624–633.
14. Kasser T. Materialistic Values and Goals. *Annual review of psychology*, 2016. Vol. 67, pp. 489–514.
15. Kasser T., Rosenblum K.L., Sameroff A.J., Deci E.L., Ryan R.M., et al. Changes in materialism, changes in psychological well-being: evidence from three longitudinal studies and an intervention experiment. *Motivation and Emotion*, 2014. Vol. 38, pp. 1–22.
16. Kasser T., Ryan R.M. A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a central life aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1993. Vol. 65, pp. 410–422.
17. Kilbourne W.E., Dorsch M.J., McDonagh P., Urlen B., Prothero A. The institutional foundations of materialism in Western societies: a conceptualization and empirical test. *Journal of Macromarketing*, 2009. Vol. 29, pp. 259–278.
18. Richins M.L., Dawson S.A. Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 1992. Vol. 19, no. 3, pp. 303–314.
19. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology* / Ed. M. Zanna. N.Y.: Academic Press, 1992. Vol. 25, pp. 1–65.
20. Schwartz S.H., Bardi A. Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2001. Vol. 32(3), pp. 268–290.
21. Shrum L.J., Lowrey T.M., Pandelaere M., Ruvio A.A., Gentina E., Furchheim P., Herbert M., Hudders L., Lens I., Mandel N., Nairn A., Samper A., Soscia I., Steinfield L. Materialism: the good, the bad, and the ugly. *Journal of Marketing Management*, 2014. Vol. 30(17-18), pp. 1858–1881.
22. Sirgy M.J., Gurel-Atay E., Webb D., Cicic M., Husic-Mehmedovic M., Ekici A., Johar J.S. Is materialism all that bad? Effects on satisfaction with material life, life satisfaction, and economic motivation. *Social Indicators Research*, 2013. Vol. 110(1), pp. 349–366.
23. Wang R., et al. Will materialism lead to happiness? A longitudinal analysis of the mediating role of psychological needs satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 2017. Vol. 105, pp. 312–317.

Информация об авторах

Хашченко Валерий Александрович, доктор психологических наук, главный научный сотрудник, Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6257-7580>, e-mail: valery.khashchenko@gmail.com

Хашченко Надежда Николаевна, кандидат психологических наук, научный сотрудник, Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7111-4166>, e-mail: nadin-khash@yandex.ru

Information about the authors

Valery A. Khashchenko, Dr of Sci. (Psychology), Chief Researcher, Institute of Psychology of RAS, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6257-7580>, e-mail: valery.khashchenko@gmail.com

Nadezhda N. Khashchenko, PhD (Psychology), Researcher, Institute of Psychology of RAS, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7111-4166>, e-mail: nadin-khash@yandex.ru

Получена 26.07.2024

Received 26.07.2024

Принята в печать 01.12.2024

Accepted 01.12.2024