



ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ | ECOLOGICAL PSYCHOLOGY

Научная статья | Original paper

Психологическое время и проэкологическое поведение (на примере «зеленого» покупательского поведения молодежи)

Е.В. Забелина¹, А.А. Корнеева¹ 

¹ Челябинский государственный университет, Челябинск, Российская Федерация

 korneeva_112@mail.ru

Резюме

Контекст и актуальность. Ухудшение экологической ситуации в мире и нарастающая обеспокоенность этим сообщества создает потребность в изменении повседневного экономического поведения людей. Среди психологических переменных, влияющих на проэкологический выбор покупателей, называется временная перспектива, или шире — психологическое время личности. Данный феномен недостаточно изучен применительно к экологически ответственному («зеленому») поведению людей, поэтому **целью** настоящего исследования стало выявить связь психологического времени и экологически ответственного покупательского поведения молодежи. **Методы и материалы.** С целью исследования уровня проэкологического покупательского поведения применялась «Зеленая шкала» (Haws, Winterich, Naylor). Для изучения когнитивного компонента психологического времени использовалась Шкала временного фокуса (Shipp, Edwards, Lamber), аффективный компонент диагностировался с помощью методики «Аттитюды ко времени» Ж. Нюттена. **Результаты.** Результаты сравнительного анализа ($N = 223$) показывают тенденцию увеличения фокуса на прошлых событиях и размышлений о будущем у студентов с более высоким уровнем экологически ответственного покупательского поведения. Ценность экологического потребления возрастает с оценкой прошлого как более осмысленного, исполненного надежд, быстро проходящего и более трудного. Результаты дискриминантного анализа позволили выделить два фактора, оказывающих эффект на предпочтение «зеленых» покупок молодежи: это отношение к прошлому и фокус на прошлом. Студенты, которые чаще обращаются к собственному опыту и видят прошлое в более позитивных красках, склонны чаще задумываться о том, чтобы не нанести вред природе, сохранить ресурсы планеты, когда планируют покупки. **Выводы.** Исследование расширяет представление о временных предикторах проэкологического поведения, позволяя увидеть в них роль прошлого опыта и экономической социализации.

Ключевые слова: проэкологическое поведение, покупательское поведение, «зеленое» потребление, психологическое время, временной фокус, аттитюды ко времени, отношение к настоящему, отношение к прошлому, отношение к будущему, студенты

Для цитирования: Забелина, Е.В., Корнеева, А.А. (2025). Психологическое время и проэкологическое поведение (на примере «зеленого» покупательского поведения молодежи). *Экспериментальная психология*, 18(3), 166–177. <https://doi.org/10.17759/exppsy.2025180311>



Psychological time and pro-environmental behavior (on example of «green» purchasing behavior of the youth)

E.V. Zabelina¹, A.A. Korneeva¹ 

¹ Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russian Federation
 korneeva_112@mail.ru

Abstract

Context and relevance. The deterioration of the global environmental situation and the growing concern of the community have led to the need to change the daily economic behavior of people. Among the psychological variables that influence the choice of pro-environmental consumer behavior time perspective, or psychological time, is noted. This phenomenon is poorly understood in relation to environmentally responsible behavior that is why the **objective** of this study is to identify the association between psychological time and environmentally responsible purchasing behavior of young people. **Methods and materials.** To study the level of environmental purchasing behavior, the “Green scale” (Haws, Winterich, Naylor) specially adapted for the Russian sample was used. To study the cognitive component of psychological time Temporal Focus Scale (Shipp, Edwards, Lamber) was used, affective component was diagnosed using Attitudes toward time by Nuttin. **Results.** The results of the comparative analysis ($N = 223$) show the tendency of increasing focus on past events and thinking about the future of students with a higher level of environmentally responsible purchasing behavior. The value of environmental consumption increases with an assessment of the past as more meaningful, hopeful, speedy and more difficult. The results of the discriminant analysis allowed to identify two factors that affects the preference of “green” purchases of young people – past attitude and past focus. Students who are more likely to turn to their own experience and see the past in more positive colors, tend to think about not harming nature, save the resources of the planet when planning purchases. **Conclusions.** The study broadens the understanding of time predictors of pro-environmental behavior, allowing us to see the role of personal experience and economic socialization.

Keywords: pro-environmental behavior, purchasing behavior, “green” consumption, psychological time, temporal focus, attitude toward present, attitude toward past, attitude toward future, students

For citation: Zabelina, E.V., Korneeva, A.A. (2025). Psychological time and pro-environmental behavior (on example of “green” purchasing behavior of the youth). *Experimental Psychology (Russia)*, 18(3), 166–177. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/exppsy.2025180311>

Введение

Исследования в области проэкологического поведения набирают популярность в последние десятилетия в связи с вновь возникающими экологическими угрозами (Zavali, Theodoropoulou, 2018). Ухудшение экологической ситуации в мире и нарастающая обеспокоенность этим сообщества создает потребность в изменении повседневного экономического поведения людей. Эти изменения усиливают интерес исследователей, которые стремятся выявить психологические переменные, влияющие на выбор способов поведения, уменьшающего вред для окружающей среды.

Особенно важным представляется изучение предикторов проэкологического поведения молодых людей (Shukla, 2019), поскольку именно от их активности, ценностей и стереотипов мышления (Ивлева, Ивлев, Курилов, 2019) во многом зависит будущее планеты. Несмотря на актуальность проблемы, обнаружен дефицит подобных исследований в российской науке (Сауткина и др., 2022).



Проэкологическое поведение можно охарактеризовать как конкретные действия (а также бездействие), преднамеренные или непреднамеренные, которые положительно влияют на природную среду (например, рециркуляция, покупка органических продуктов, сокращение потребления воды или энергии) (Lange, Dewitte, 2019). Важным видом проэкологического поведения выступает экологически ответственное покупательское поведение, или «зеленое» потребление (Haws, Winterich, Naylor, 2014), которое во многом обусловлено психологическими факторами (Сивков, Митицина, 2023; Киет и др., 2023).

Среди психологических переменных, влияющих на выбор проэкологического поведения и связанных с ним феноменов, называется временная перспектива (Tucholska et al., 2024), или шире – психологическое время личности (Корнеева, 2023). Понимаемое как совокупность опосредованного психикой восприятия, представления, переживания и отношения личности к физическому времени жизни, оно может рассматриваться как предиктор поведения человека (Зимбардо, Бойд, 2010), в том числе в сфере экономики (Забелина, 2021). Сегодня получено значительное количество доказательств того, что временная ориентация на будущее является сильным предиктором проэкологического поведения (Milfont, Wilson, Diniz, 2012; Nadarajah et al., 2022; Nowakowska, Rnnlund, 2023; Shen, Ru, 2024; Wittmann, Sircova, 2018), в том числе потребительского (Olsen, Tuu, Tudoran, 2023).

Ориентация на настоящее и отношение к текущим событиям оказывают неоднозначный эффект на проэкологическое поведение, согласно исследованиям. Выраженная ориентация на настоящее (стремление получать удовольствие здесь и сейчас) в ряде исследований показала негативное влияние на экологически ответственное поведение (Corral-Verdugo, Blanca Fraijo-Sing, Pinheiro, 2006). Показано, что предприниматели в сфере экобизнеса испытывают меньше положительных эмоций в настоящем (Zabelina et al., 2023) по сравнению с предпринимателями из других сфер. С другой стороны, метаанализ (Wittmann, Sircova, 2018) выявил, что осознанное присутствие в настоящем, которое имеет позитивную эмоциональную окраску, положительно коррелирует с проэкологическим поведением.

Относительно небольшое число работ выявляет влияние психологического прошлого на проэкологическое поведение. Однако даже эти данные весьма противоречивы: от отсутствия какого-то влияния (Corral-Verdugo, Blanca Fraijo-Sing, Pinheiro, 2006) до негативного (Polonsky et al., 2014) и позитивного (Valizadeh et al., 2018). Так, существуют сведения о влиянии «ментального сдвига в прошлое» на повышение экологической озабоченности. При этом часть исследований показывает положительное влияние сдвига в прошлое на озабоченность изменением климата (Baldwin, Lammers, 2016), другие – опровергают это влияние (Stanley, Klas, Clarke, 2021).

Недостаточная изученность временных предикторов проэкологического поведения и противоречивость данных обусловили цель исследования – выявить связь психологического времени (временного фокуса и аттитюдов ко времени) и экологически ответственного покупательского поведения молодежи.

Материалы и методы

Исследование проводилось на базе Челябинского государственного университета с мая по октябрь 2022 года. В нем принимали участие студенты различных направлений



подготовки: психологи, педагоги, лингвисты, философы, химики, экономисты. Общее количество респондентов – 223 человека в возрасте 17–21 года, средний возраст 19,3 года, 25% – юноши.

С целью исследования уровня экологически ответственного потребительского поведения применялась «Зеленая шкала» (Haws, Winterich, Naylor, 2014). Опросник состоит из 6 утверждений, с которыми необходимо выразить степень согласия по 5-балльной шкале Ликерта. Для исследования психологического времени личности применялась Шкала временного фокуса (Shipp, Edwards, Lamber, 2009) и методика «Аттитюды ко времени» Ж. Нюттена (в модификации К. Муздыбаева) (Нюттен, 2004).

Дизайн исследования был разработан в соответствии с его задачами (табл. 1):

Таблица 1 / Table 1

Дизайн исследования: задачи и методы

Research design: tasks and methods

Задачи / Tasks	Методы / Methods
1. Проверка валидности и надежности «Зеленой шкалы» (Haws, Winterich, Naylor, 2013) / Validation and reliability of the “Green Scale” (Haws, Winterich, Naylor, 2013)	Конфирматорный факторный анализ, коэффициент Альфа Кронбаха / Confirmatory factor analysis, Cronbach's Alpha coefficient
2. Выявление особенностей психологического времени у респондентов с различным уровнем «зеленого» потребительского поведения / Identification of psychological time features in respondents with different levels of “green” consumer behavior	H-критерий Краскела-Уоллеса, описательные статистики / Kruskal-Wallis H test, Descriptive statistics
3. Определение связи психологического времени и «зеленого» покупательского поведения / Determining the relationship between psychological time and “green” consumer behavior	Дискриминантный анализ / Discriminant analysis

Результаты

В рамках первой задачи осуществлялся перевод утверждений «Зеленой шкалы» с английского на русский язык и обратно (Brislin, 1986). Далее с целью проверки и коррекции факторной валидности шкалы был проведен конфирматорный факторный анализ, который констатировал апостериорную модель, состоящую из одного фактора и соответствующую исходным данным по показателям индексов согласия: CMIN = 26,616; df = 8; p = 0,001; GFI = 0,962; CFI = 0,988; RMSEA = 0,102, Pclose = 0,021. Проверка надежности шкалы по внутренней согласованности входящих в нее утверждений показала приемлемый уровень надежности (коэффициент α Кронбаха = 0,868).

В рамках решения второй задачи вся выборка на основе описательной статистики была разделена на три подгруппы с низким, средним и высоким уровнем «зеленого» покупательского поведения. Далее в этих группах был проведен сравнительный анализ параметров психологического времени с использованием критерия Н Краскела-Уоллеса (табл. 2 и 3).

Результаты сравнительного анализа обнаружили значимые различия во временном фокусе у молодежи с различными предпочтениями «зеленого» покупательского выбора, а именно – в ориентации на прошлое и на будущее. Анализ средних значений в группах обнаруживает тенденцию увеличения фокуса на прошлых событиях и размышлений о будущем у студентов с более высоким уровнем экологически ответственного покупательского поведения.



Таблица 2 / Table 2

**Результаты сравнительного анализа временного фокуса у молодежи
с разным уровнем «зеленого» покупательского поведения**
**Results of a comparative analysis of the time focus of young people with different
levels of “green” consumer behavior**

Параметры / Parameters	M			H	p
	Низкий уровень «зеленого» покупательского поведения / Low level of “green” consumer behavior (n = 53)	Средний уровень «зеленого» покупательского поведения / Average level of “green” consumer behavior (n = 106)	Высокий уровень «зеленого» покупательского поведения / High level of “green” consumer behavior (n = 64)		
Фокус на прошлом / Past focus	4,14	4,02	4,45	10,19	0,006
Фокус на настоящем / Current focus	3,84	3,90	4,07	4,18	0,123
Фокус на будущем / Future focus	3,56	3,73	4,09	10,33	0,006

Далее анализировались показатели отношения ко времени (аттитюды к прошлому, настоящему и будущему) в этих же группах (табл. 3).

Таблица 3 / Table 3

**Результаты сравнительного анализа отношения ко времени у молодежи
с разным уровнем «зеленого» покупательского поведения**
**Results of a comparative analysis of time attitudes among young people with
different levels of “green” consumer behavior**

Параметры / Parameters	M			H	p
	Низкий уровень «зеленого» покупательского поведения / Low level of “green” consumer behavior (n = 53)	Средний уровень «зеленого» покупательского поведения / Average level of “green” consumer behavior (n = 106)	Высокий уровень «зеленого» покупательского поведения / High level of “green” consumer behavior (n = 64)		
ПРОШЛОЕ / PAST					
Приятное – неприятное / Pleasant – unpleasant	5,08	4,29	5,11	8,13	,017
Прекрасное – ужасное / Beautiful – terrible	5,26	4,80	5,44	5,62	,060
Исполненное надежд – безнадежное / Hopeful – hopeless	5,23	4,46	5,51	10,06	,007
Быстро проходящее – долго тянувшееся / Quick – long	5,32	4,95	5,74	5,26	,072



Параметры / Parameters	M			H	p
	Низкий уровень «зеленого» покупательского поведения / Low level of “green” consumer behavior (n = 53)	Средний уровень «зеленого» покупательского поведения / Average level of “green” consumer behavior (n = 106)	Высокий уровень «зеленого» покупательского поведения / High level of “green” consumer behavior (n = 64)		
Легкое – трудное / Easy – difficult	5,05	4,01	4,37	9,19	,010
Успешное – не- удачное / Successful – unsuccessful	4,82	4,33	5,22	9,32	,009
Светлое – темное / Bright – dark	5,35	4,67	5,33	6,95	,031
Свободное – несвобод- ное / Free – unfree	5,20	4,59	5,48	6,58	,037
Осмысленное – бессмысленное / Meaningful – meaning- less	4,85	4,41	5,62	10,19	,006
НАСТОЯЩЕЕ / CURRENT					
Исполненное на- дежд – безнадежное / Hopeful – hopeless	5,5	5,32	6,11	8,32	,016
Успешное – не- удачное / Successful – unsuccessful	5,0	4,74	5,59	8,26	,016
Светлое – темное / Bright – dark	5,38	5,32	6,0	5,57	,062
БУДУЩЕЕ / FUTURE					
Значительное – не- значительное / Significant – insignifi- cant	5,88	6,24	6,29	5,97	,051
Свободное – несвобод- ное / Free – unfree	5,44	6,25	6,11	9,26	,010

Наибольшее количество различий между группами зафиксировано в отношении к прошлому. Средние значения показывают, что ценность экологического потребления возрастает с оценкой прошлого как более осмысленного, исполненного надежд, быстро проходящего и более трудного. При этом нельзя говорить о линейной зависимости показателей отношения к прошлому и «зеленого» потребления, поскольку менее позитивные оценки прошлого наблюдаются в группе со средним уровнем предпочтения «зеленых» покупок.

Настоящее воспринимается молодежью с высоким уровнем экологически ответственного потребления как более успешное, светлое и выполненное надежд. Всего два показателя по шкале отношения к будущему обнаружили значимые различия между группами сту-



дентов с разным уровнем «зеленого» потребления. Будущее видится экологически ответственными потребителями как более значительное и свободное. Однако по характеристике «свободное – несвободное» будущее различий между студентами со средним и высоким уровнем «зеленого» потребления не выявлено.

В рамках третьей задачи был проведен дискриминантный анализ с целью определить, какие из переменных (фокус на прошлом, настоящем и будущем, отношение к прошлому, настоящему, будущему) предсказывают распределение респондентов по уровню предпочтения «зеленого» потребления (табл. 4).

Результаты дискриминантного анализа (пошаговый метод) с высокой степенью достоверности позволили выделить два показателя психологического времени, которые оказывают эффект на распределение респондентов в группы с разным уровнем экологически ответственного потребления: это отношение к прошлому и фокус на прошлом.

Таблица 4 / Table 4

Результаты дискриминантного анализа
Results of discriminant analysis

Шаг / Step	Показатель / Indicator	Лямбда Уилкса / Wilkes' Lambda	F	p
1	Отношение к прошлому / Attitude to the past	,923	5,001	,008
2	Фокус на прошлом / Past focus	,865	4,481	,002

Студенты, которые чаще обращаются к собственному опыту и видят прошлое в более позитивных тонах, более склонны думать о том, чтобы не навредить природе, сохранить ресурсы планеты, когда осуществляют покупки. И наоборот, чем меньше студенты сосредоточены на своем прошлом при принятии покупательских решений, чем меньше видят в нем позитивных моментов, тем больше вероятность отнесения их к группе с низким уровнем экологически ответственного потребления.

Обсуждение результатов

При интерпретации полученных данных следует обратить внимание на то, что наиболее ассоциированными с проэкологическим поведением в исследовании оказались такие параметры психологического времени, как фокус на будущем, фокус на прошлом и отношение к прошлому. Более высокие значения фокуса на прошлом у респондентов, предлагающих «зеленое» покупательское поведение, а также большое количество различий в отношении к прошлым событиям между группами могут объясняться влиянием опыта респондентов, покупательскими привычками и нормами, усвоенными ими в семье и других институтах социализации. Можно предположить, что молодые люди, ориентированные на «зеленое» потребление, склонны целенаправленно переосмысливать свой опыт, извлекать из него выводы, осознавать прошлое как полное событий и возможностей. Вместе с тем они помнят трудности, которые преодолевали, ценят этот опыт и стараются учесть его в настоящей и будущей деятельности. Вероятно, частота обращения к прошлому опыту (ориентация на «зеленые» потребительские нормы) и позитивного отношения к нему (положительные воспоминания) позволяют поддерживать определенную покупательскую идентичность, образ экологически ответственного человека.



Полученные данные о роли фокуса на прошлом и положительного отношения к нему в проэкологическом поведении частично подтверждаются в предыдущих исследованиях. S. Muralidharan, F. Rejón-Guardia и Fei Xue (2016) указывают на более весомую роль межличностных отношений (в сравнении со средствами массовой информации) в процессе потребительской социализации для повышения значимости экологических проблем и поощрения «зеленого» покупательского поведения. В другом исследовании влияние родителей на формирование экологически ответственного потребления также называется в качестве одного из важных и первичных факторов (Lee, 2014). Скорее всего, семейные нормы и ценности в отношении «зеленого» потребления усваиваются молодыми людьми в процессе социализации и становятся нормой во взрослой жизни.

Согласно М. Витманну и А. Сырцовой (Wittmann, Sircova, 2018), на принятие решения и выработку плана действий в экологической сфере влияет степень эмоциональности ситуаций, которые происходят в настоящем, а также отнесенность событий к ближайшему или отдаленному будущему (осознанность). Последнее особенно ярко проявилось в настоящем исследовании: студенты с более выраженным ценности «зеленого» потребления воспринимают будущее как более значительное и свободное, а настоящее — как более светлое, успешное и выполненное надежд.

Обнаруженные особенности отношения к настоящему у молодежи с различным уровнем «зеленого» потребительского поведения можно объяснить следующим образом. С одной стороны, молодые люди с выраженным «зелеными» ценностями могут быть более оптимистичными, уверенными в своих силах и склонными к позитивному мышлению. Например, они верят в то, что экологическую ситуацию можно изменить собственными силами. С другой стороны, привычки «зеленого» потребления, убежденность в правильности своих действий могут формировать у этих респондентов образ себя как успешного человека с большими возможностями. Полученные данные служат свидетельством в пользу того, что позитивное отношение к настоящему связано с проэкологическим поведением (Wittmann, Sircova, 2018).

Полученные данные о том, что будущее видится экологически ответственными потребителями как более значительное и свободное, согласуются с ранее сделанными выводами о роли временной перспективы будущего в формировании проэкологического поведения (Milfont, Wilson, Diniz, 2012; Nadarajah et al., 2022; Nowakowska, Rönnlund, 2023; Shen, Ru, 2024). Эти особенности могут объясняться мотивационной силой образа будущего (Забелина, Веденеева, 2019) и его связью с саморегуляцией в настоящем и с планированием человеком собственной жизни (Kooij et al., 2018). В то же время здесь можно увидеть дополнительный аспект этой взаимосвязи: вероятно, молодые люди, думая о том, чтобы не навредить окружающей среде и сохранить ресурсы планеты, видят в свободном будущем большую ценность.

Заключение

Проведенное исследование расширяет представление о временных предикторах проэкологического поведения, позволяя увидеть роль прошлого опыта и экономической социализации. Подтверждая важное значение образа будущего и заботы о нем в формировании экологически ответственного потребления, результаты высвечивают роль личного опыта в этом процессе. Полученные данные добавляют ясности в вопрос об ориентации на прошлое в рамках проэкологического поведения (Corral-Verdugo, Blanca Fraijo-Sing, Pinheiro, 2006;



Polonsky et al., 2014; Valizadeh et al., 2018), свидетельствуя о значении позитивного и ответственного отношения к прошлому, а также обращения к прошлому опыту при принятии «зеленых» покупательских решений.

Исследование ограничено относительно небольшим количеством респондентов из одного региона, возрастным диапазоном выборки (молодость участников), преобладанием в ней женщин, а также временем проведения, связанного с серьезными изменениями политической и экономической ситуации в стране. Все это актуализирует вопрос дальнейших исследований роли прошлого опыта в потребительском поведении, направленном на сохранение окружающей среды. В рамках будущих исследований планируется расширение выборки (возрастной состав, уровень образования, социально-экономический статус), включение в диагностический инструментарий новых средств (российская шкала проэкологического поведения) (Иванова и др., 2023) и введение дополнительных показателей психологического времени (например, временная идентичность, ностальгия, автобиографическая память). Учитывая тот факт, что культурный контекст является важным медиатором связи психологического времени и проэкологического поведения (Nowakowska, R nnlund, 2023), необходимо в последующих исследованиях учитывать также социальные ценности и нормы.

Список источников / References

1. Забелина, Е.В. (2021). *Психологическое время и экономическое сознание: социально-психологический анализ: Дис. ... докт. психол. наук*. Челябинск. 635 с.
Zabelina, E.V. (2021). *Psychological time and economic consciousness: a socio-psychological analysis: Diss. Dr. Sci. (Psychol.)*. Chelyabinsk. 635 p. (In Russ.).
2. Забелина, Е.В., Веденеева, Е.В. (2019). Модель психологического времени личности, включенной в процесс глобализации (на материале исследования студентов). *Научно-педагогическое обозрение*, 5, 166–177. <https://doi.org/10.23951/2307-6127-2019-5-166-177>
Zabelina, E.V., Vedeneeva, E.V. (2019). Model of psychological time of the personality included in the globalization process (The study of students). *Pedagogical Review*, 5, 166–177. (In Russ.). <https://doi.org/10.23951/2307-6127-2019-5-166-177>
3. Зимбардо, Ф., Бойд, Дж. (2010). *Парадокс времени. Новая психология времени, которая улучшила вашу жизнь*. СПб.: Речь, 352 с.
Zimbardo, Ph., Boyd, J. (2010). *The Paradox of Time. A new psychology of time that will improve your life*. Saint-Petersburg: Rech. 352 p. (In Russ.).
4. Иванова, А.А., Агисова, Ф.Б., Сауткина, Е.В., Кабанова, В.С., Патракова, Н.А., Иванде, К.С. (2023). Российская шкала проэкологического поведения: разработка и психометрическая оценка. *Экспериментальная психология*, 16(2), 218–234. <https://doi.org/10.17759/exppsy.2023160213>
Ivanova, A.A., Agissova, F.B., Sautkina, E.V., Kabanova, V.S., Patrakova, N.A., Ivande, K.S. (2023). Russian Scale of Pro-Environmental Behavior: Development and Psychometric Assessment. *Experimental Psychology*, 16(2), 218–234. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/exppsy.2023160213>
5. Ивлева, М.Л., Илев, В.Ю., Курилов, С.Н. (2019). Проблема формирования социальной парадигмы экоцентризма: опыт философского осмыслиения социологического исследования в вузе. *Вестник Российской университета дружбы народов. Серия: Социология*, 19(4), 692–706. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2019-19-4-692-706>
Ivleva, M.L., Ivlev, V.Yu., Kurilov, S.N. (2019). The problem of formation of the social paradigm of ecocentrism: experience of philosophical comprehension of sociological research in higher education institution. *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology*, 19(4) 692–706. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2019-19-4-692-706>
6. Киет, Х.В.Т., Ан, В.Т.Н., Сан, М.В., Ан, Т.В. (2023). Факторы готовности к переходу на зеленую модель потребления. *Форсайт*, 17(4), 18–31. <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2023.4.18.31>



- Kiet, H.V.T., An, V.T.N., San, M.V., An, T.V. (2023). Determinants of Sustainable Consumption Intention. *Forsajt*, 17(4), 18–31. (In Russ.). <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2023.4.18.31>
7. Корнеева, А.А. (2023). Психологическое время и проэкологическое поведение студентов. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*, 12(2), 140–144. <https://doi.org/10.57145/27128474-2023-12-02-29>
- Korneeva, A.A. (2023). Psychological time and pro-ecological behavior of students. *Azimuth of scientific research: pedagogy and psychology*, 12(2), 140–144. (In Russ.). <https://doi.org/10.57145/27128474-2023-12-02-29>
8. Нюттен, Ж. (2004). *Мотивация, действие и перспектива будущего* (Д.А. Леонтьев, ред.) / пер. с англ. М.: Смысл, 607 с.
- Nuttin, J. (2004). *Motivation, action and future perspective* (D.A. Leont'ev, ed.) / transl. from Engl. Moscow: Smysl Publ., 607 p. (In Russ.).
9. Сауткина, Е.В., Агиссова, Ф.Б., Иванова, А.А., Иванде, К.С., Кабанова, В.С. (2022). Проэкологическое поведение в России. Систематический обзор исследований. *Экспериментальная психология*, 15(2), 172–193. <https://doi.org/10.17759/exppsy.2022150213>
- Sautkina, E.V., Agissova, F.B., Ivanova, A.A., Ivande, K.S., Kabanova, V.S. (2022). Pro-Environmental Behaviour in Russia. A Systematic Review. *Experimental Psychology*, 15(2), 172–193. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/exppsy.2022150213>
10. Сивков, В.О., Митицина, Е.А. (2023). Индивидуально-психологические особенности и природоохранное поведение учащейся молодежи. *Психология и педагогика XXI века: актуальные вопросы, достижения и инновации : Сборник статей IV Всероссийской студенческой научно-практической конференции с международным участием, Орехово-Зуево, 16 марта 2023 года*. Орехово-Зуево: Государственный гуманитарно-технологический университет, 443–448. URL: https://kpftu.ru/staff_files/F278812802/Sbornik_IV_VSNPK_16.03.2023.pdf (дата обращения: 10.09.2024).
- Sivkov, V.O., Miticina, E.A. (2023). Individual-psychological peculiarities and conservation behavior of students' youth. *Psychology and pedagogy of the twenty-first century: current issues, achievements and innovations: Collection of articles fourth All-Russian student scientific-practical conference with international participation, Orekhovo-Zuyevo, March 16, 2023*. Orekhovo-Zuevo: State University of Humanities and Technology, 443–448. (In Russ.). URL: https://kpftu.ru/staff_files/F278812802/Sbornik_IV_VSNPK_16.03.2023.pdf (viewed: 24.06.2025).
11. Baldwin, M., Lammers, J. (2016). Past-focused environmental comparisons promote pro-environmental outcomes for conservatives. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(52), 14953–14957.
12. Brislin, R.W. (1986). The wording and translation of research instruments. In: W.J. Lonner, J.W. Berry (Eds.). *Field methods in cross-cultural research* (pp. 137–164). Beverly Hills, CA: SAGE.
13. Corral-Verdugo, V., Fraijo-Sing, B., Pinheiro, J.Q. (2006). Sustainable behavior and time perspective: present, past, and future orientations and their relationship with water conservation behavior. *Interamerican Journal of Psychology*, 40, 139–147. URL: <https://www.redalyc.org/pdf/284/28440201.pdf> (viewed: 24.06.2025).
14. Haws, K.L., Winterich, K.P., Walker Naylor, R. (2014). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336–354. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.11.002>
15. Kooij, D.T.A.M., Kanfer, R., Betts, M., Rudolph, C.W. (2018). Future time perspective: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 103(8), 867–893. <https://doi.org/10.1037/apl0000306>
16. Lange, F., Dewitte, S. (2019). Measuring pro-environmental behavior: Review and recommendations. *Journal of Environmental Psychology*, 63, 92–100. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.04.009>
17. Lee, K. (2014). Predictors of Sustainable Consumption among Young Educated Consumers in Hong Kong. *Journal of International Consumer Marketing*, 26(3), 217–238. <https://doi.org/10.1080/08961530.2014.900249>
18. Milfont, T.L., Wilson, J., Diniz, P. (2012). Time perspective and environmental engagement: a meta-analysis. *Int J Psychol.*, 47(5), 325–334. <https://doi.org/10.1080/00207594.2011.647029>



19. Muralidharan, S., Rejón-Guardia, F., Xue, F. (2016). Understanding the green buying behavior of younger millennials from India and the United States: A structural equation modeling approach, *Journal of International Consumer Marketing*, 28(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/08961530.2015.1056328>
20. Nadarajah, K., David, J.-C., Brun, L., Bordel, S., Moyon, L., Le Foll, D., Delouvée, S., Somat, A. (2022). “We Are Running Out of Time”: Temporal Orientation and Information Seeking as Explanatory Factors of Climate Anxiety among Young People. *Psych.*, 4(3), 560–573. <https://doi.org/10.3390/psych4030043>
21. Nowakowska, I., Rönnlund, M. (2023). Future of Nature, Our Future. A Preregistered Report on Future Time Perspective, Social Value Orientation, and Pro-Environmental Outcomes Based on Data from Poland and Sweden. *Frontiers in Psychology*, 14, 1217139. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1217139>
22. Olsen, S.O., Tuu, H.H., Tudoran, A.A. (2023). Comparing time focus with time importance for measuring future time perspectives in the context of pro-environmental values and outcomes. *Front Psychol.*, 14, 945487. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.945487>
23. Polonsky, M.J., Vocino, A., Grimmer, M., Miles, M.P. (2014). The interrelationship between temporal and environmental orientation and pro-environmental consumer behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 612–619. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12131>
24. Shen, Y., Ru, P. (2024). Saving for the Future? Integrating Time Orientations into the Norm-Activation Model of Utility-Saving Behavior. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09640568.2024.2421910>
25. Shipp, A.J., Edwards, J.R., Lambert, L.S. (2009). Conceptualization and measurement of temporal focus: The subjective experience of the past, present, and future. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(1), 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.05.001>
26. Shukla, S. (2019). A Study on Millennial Purchase Intention of Green Products in India: Applying Extended Theory of Planned Behavior Model. *Journal of Asia-Pacific Business*, 20(4), 322–350. <https://doi.org/10.1080/10599231.2019.1684171>
27. Stanley, S.K., Klas, A., Clarke, E.J.R., Walker, I. (2021). The effects of a temporal framing manipulation on environmentalism: A replication and extension. *PLoS One*, 16(2), e0246058. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246058>
28. Tucholska, K., Gulla, B., Ziernicka-Wojtaszek, A. (2024). Climate Change Beliefs, Emotions and Pro-Environmental Behaviors Among Adults: The Role of Core Personality Traits and the Time Perspective. *PLoS ONE*, 19(4), e0300246. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0300246>
29. Valizadeh, N., Bijani, M., Abbasi, E., Ganguly, S. (2018). The role of time perspective in predicting Iranian farmers’ participatory-based water conservation attitude and behavior. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 28(8), 992–1010. <https://doi.org/10.1080/10911359.2018.1485602>
30. Wittmann, M., Sircova, A. (2018). Dispositional orientation to the present and future and its role in pro-environmental behavior and sustainability. *Heliyon*, 4(10), e00882. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2018.e00882>
31. Zabelina, E., Cruz-Cárdenas, J., Deyneka, O., Maksimenko, A., Guadalupe-Lanas, J., Ramos-Galarza, C. (2023). Psychological time of green entrepreneurs: a mixed methods study of SMEs, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(7), 1427–1452. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2022-0533>
32. Zavali, M., Theodoropoulou, H. (2018). Investigating determinants of green consumption: evidence from Greece, *Social Responsibility Journal*, 14(4), 719–736. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2017-0042>

Информация об авторах

Екатерина Вячеславовна Забелина, доктор психологических наук, профессор кафедры психологии, институт образования и практической психологии, Челябинский государственный университет (ФГБОУ ВО ЧелГУ), Челябинск, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2365-6016>, e-mail: katya_k@mail.ru



Анна Андреевна Корнеева, старший преподаватель кафедры общей и профессиональной педагогики, институт образования и практической психологии, Челябинский государственный университет (ФГБОУ ВО ЧелГУ), Челябинск, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0247-6451>, e-mail: korneeva_112@mail.ru

Information about the authors

Ekaterina V. Zabelina, Doctor of Science (Psychology), Professor, Chair of Psychology, Institute of Education and Practical Psychology, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russian Federation, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2365-6016>, e-mail: katya_k@mail.ru

Anna A. Korneeva, Senior lecturer, Chair of General and Professional Pedagogy, Institute of Education and Practical Psychology, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russian Federation, ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0247-6451>, e-mail: korneeva_112@mail.ru

Вклад авторов

Забелина Е.В. — идея исследования; аннотирование, написание и оформление рукописи; планирование исследования, контроль за проведением исследования, редактирование рукописи.

Корнеева А.А. — применение статистических, математических и других методов для анализа данных; проведение эксперимента; сбор и анализ данных; визуализация результатов исследования.

Оба автора приняли участие в обсуждении результатов и согласовали окончательный текст рукописи.

Contribution of the authors

Ekaterina V. Zabelina — the idea of research; annotation, writing and design of the manuscript; planning of the study, supervision of the research, editing of the manuscript.

Anna A. Korneeva — application of statistical, mathematical and other methods for data analysis; conducting an experiment; collecting and analyzing data; visualizing the results of the study.

Both authors participated in the discussion of the results and approved the final text of the manuscript.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Поступила в редакцию 01.02.2024

Received 2024.02.01

Поступила после рецензирования 29.04.2025

Revised 2025.04.29

Принята к публикации 16.06.2025

Accepted 2025.06.16

Опубликована 30.09.2025

Published 2025.09.30