

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ EMPIRICAL RESEARCH

Научная статья | Original paper

Гражданская идентичность и институциональное доверие как факторы экономического менталитета

М.А. Гагарина , Е.Н. Викентьева, А.С. Горшкова

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Российская Федерация

 mgagarina224@gmail.com

Резюме

Контекст и актуальность. Актуальность исследования обусловлена потребностью разработки понятия экономического менталитета как интегративного понятия, релевантного для психологической и экономической науки. Исследование позволяет связать психологическую презентацию экономической реальности со степенью идентификации со своей страной и институциональным доверием.

Цель. Изучение экономического менталитета как ценности экономической свободы в системе представлений об экономическом устройстве страны и в контексте идентификации со страной как компонента гражданской идентичности.

Гипотезы. 1. Идентификация со страной связана с Глобальным индексом экономического менталитета. 2. Высокий уровень идентификации со страной связан с высоким институциональным доверием. 3. Связь идентификации со страной и Глобального индекса экономического менталитета опосредована уровнем институционального доверия. 4. Приоритет рыночной экономики в экономическом менталитете связан с высоким уровнем индивидуализирующих моральных оснований и высоким уровнем награды за усилия. 5. Высокая выраженность идентификации со страной связана с низким уровнем «социального цинизма» и высоким уровнем « loяльности группе » и «уважения к авторитету ».

Методы и материалы. Вопросы всемирного исследования ценностей, входящие в Глобальный индекс экономического менталитета, и институциональное доверие. «Шкала идентификации с человечеством» С. Макфарлена, «Опросник моральных оснований» в адаптации О.А. Сычева, сокращенная версия «Опросника социальных аксиом» М. Бонда, К. Леунга.

Результаты. Идентификация со страной является значимым предиктором экономического менталитета: чем выше идентификация со страной, тем ниже Глобальный индекс экономического менталитета. Институциональное доверие опосредует связь между идентификацией со страной и Глобальным индексом экономического менталитета. Прямой эффект имеет меньший коэффициент, чем непрямой эффект. Глобальный индекс экономического менталитета связан с социальными аксиомами «вера в вознаграждение

усилий» ($r = 0,2; p < 0,05$) и «социальный цинизм» ($r = -0,2$) и не связан с моральными основаниями. Самые высокие корреляции идентификации со страной получены для моральных оснований «ляяность к группе» ($r = 0,5$), «уважение к авторитетам» ($r = 0,4$). **Выводы.** Люди, идентифицирующие себя со своей страной и выражают более высокое доверие ее институтам, склонны ожидать от государства ответственности за эффективность и справедливость распределения ресурсов и экономическое благополучие граждан.

Ключевые слова: гражданская идентичность, идентификация со страной, экономический менталитет, глобальный индекс экономического менталитета, экономическая свобода, институциональное доверие, моральные основания, социальные аксиомы

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках научного проекта № 24-28-00863, <https://rscf.ru/project/24-28-00863/>

Дополнительные данные. Наборы данных можно запросить у автора (М.А. Гагарина).

Для цитирования: Гагарина, М.А., Викентьева, Е.Н., Горшкова, А.С. (2025). Гражданская идентичность и институциональное доверие как факторы экономического менталитета. *Социальная психология и общество*, 16(3), 45–62. <https://doi.org/10.17759/sps.2025160303>

Civic identity and institutional trust as factors of economic mentality

M.A. Gagarina , **E.N. Vikentieva**, **A.S. Gorshkova**
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation
 mgagarina224@gmail.com

Abstract

Context and relevance. The relevance of the study is due to the need to develop the concept of economic mentality as an integrative concept relevant for psychological and economic science. The study allows us to connect the psychological representation of economic reality with the degree of identification with one's country and institutional trust.

Objective. Study of economic mentality as a value of economic freedom in the system of representations about the economic structure of the country and in the context of identification with the country as a component of civil identity.

Hypotheses. 1. Identification with the country is associated with the Global Index of Economic Mentality. 2. A high level of identification with the country is associated with high institutional trust. 3. The relationship between identification with the country and the Global Index of Economic Mentality is mediated by the level of institutional trust. 4. The priority of the market economy in the economic mentality is associated with a high level of individualizing moral foundations and a high level of reward for application. 5. High identification with the country is associated with a low level of "Social cynicism" and a high level of "Loyalty" and "Authority".

Methods and materials. World Values Survey for the Global Index of Economic Mentality and for the institutional trust are used. Identification with All Humanity Scale by S. McFarland,

Moral Foundations Questionnaire (MFQ) by J. Graham, J. Haidt, and short version of the Social Axioms Survey (SAS) by M. Bond and K. Leung are used.

Results. Identification with the country is a significant predictor of economic mentality: the higher the identification with the country, the lower the Global Index of Economic Mentality. Institutional trust mediates the relationship between identification with the country and the Global Index of Economic Mentality. The direct effect has a smaller coefficient than the indirect effect. The Global Index of Economic Mentality correlates with the social axioms “Reward for application” ($r = 0,2$) and “Social cynicism” ($r = -0,2$), and does not correlate with moral foundations. The highest correlations of identification with the country were obtained for the moral foundations “Loyalty” ($r = 0,5$), “Authority” ($r = 0,4$).

Conclusions. People who identify themselves with their country and express higher trust in its institutions are more likely to expect the state to be responsible for the efficient and fair distribution of resources and the economic well-being of citizens.

Keywords: civic identity, identification with the country, economic mentality, global index of economic mentality, economic freedom, institutional trust, moral foundations, social axioms

Funding. The study was supported by the Russian Science Foundation, project number 24-28-00863, <https://rscf.ru/project/24-28-00863/>

Supplemental data. Datasets can be requested from the author (M.A. Gagarina).

For citation: Gagarina, M.A., Vikentieva, E.N., Gorshkova, A.S. (2025). Civic identity and institutional trust as factors of economic mentality. *Social Psychology and Society*, 16(3), 45–62. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/sps.2025160303>

Введение

Понятие менталитета вообще и экономического менталитета в частности является недостаточно операционализированным, что осложняет его психологическое исследование (Юревич, 2019), однако в психологической науке уже накоплен материал, позволяющий говорить о возможности его исследования методами социальной и экономической психологии (Журавлев, Китова, 2022; Журавлев, Китова, 2023; Костригин, 2023).

Безусловно, менталитет является междисциплинарным понятием и в психологическом тезаурусе рассматривается как «совокупность психологических качеств, отличающих данный народ от других народов» (Юревич, 2019, с. 40). А.Л. Журавлевым данное понятие рассматривается сквозь

призму обыденных представлений людей об экономических явлениях, сопровождающих жизнедеятельность человека, причем данная совокупность представлений присуща большому количеству людей (Журавлев, 2022). Экономический менталитет как структурный компонент российской полиментальности (Семёнов, 1997) оказывает влияние на экономическое поведение личности, корпоративное взаимодействие и экономическое развитие страны в целом (Журавлев, Китова, 2022). Важно отметить, что как психологический феномен, носителем которого является группа людей, менталитет достаточно стабилен и мало подвержен изменениям даже при смене социально-политической ситуации (Хомкова, 2013).

В данной работе в качестве психологических феноменов, которые могут быть отне-

сены к элементам экономического менталитета, образующим одну из его структурных композиций, рассматриваются ценности экономической свободы, обеспечивающие в том числе самодетерминацию личности в направлении ее экономической активности, понимаемую как собственная целенаправленность и произвольность.

Концептуально ценности экономической свободы в континууме рестрибутивной/рыночной экономикиозвучны, в частности, институциональной теории X- и Y-матриц, описывающей различия между группами стран по доминированию базовых экономических, политических и идеологических институтов и обладающей большим объяснительным и предсказательным потенциалом (Кирдина-Чэндлер, 2023). Полагаем, что такой подход, во-первых, отчасти систематизирует содержательные структуры экономического менталитета, отвечающие за направленность его ценностной составляющей, и, во-вторых, на личностном уровне объясняет характер индивидуальной регуляции экономической активности человека через механизм самодетерминации. Таким образом, в данном исследовании предполагается сфокусироваться на выделении характеристик экономического менталитета через понятие экономической свободы, которая осуществляет нравственную регуляцию экономической активности людей (Журавлев, Куприченко, 2003; Czegledi, Lips, Newland, 2021) и по принципу комплементарности институциональных матриц (Кирдина-Чэндлер, 2023), предполагающему согласованность экономических, политических и идеологических институтов между собой, может считаться достаточной для выводов относительно репре-

зентаций относительно экономического устройства страны в целом.

Эмпирические исследования экономического менталитета

Исследовательские подходы, применяемые учеными для изучения экономического менталитета, разнообразны. Г.Б. Клейнер, М.А. Рыбачук и Д.В. Ушаков предлагают использовать набор качественных признаков (мировоззрение, культура, нормы и др.), один из которых, являясь доминантой, определяет менталитет экономического агента и влияет на его поведение в ситуации экономического выбора. Поведение, в свою очередь, может быть изучено с помощью агент-ориентированного моделирования (Клейнер, Рыбачук, Ушаков, 2021). А.Л. Журавлев и Д.А. Китова используют анализ текстов сообщений и поисковых запросов в системе Google для выявления психологических закономерностей проявления интереса к экономическим явлениям в экономиках различного типа (Журавлев, Китова, 2023). В публикации А.А. Костригина изучается отношение российского общества к бизнесу как элементу экономического менталитета через частотный анализ употребления термина «бизнес» в русскоязычном корпусе книг Google Books (Костригин, 2023).

П. Чегледи, Б. Липс и К. Ньюленд предлагают использовать *Глобальный индекс экономического менталитета*, позволяющий измерять, отдают ли люди приоритет частной инициативе, свободной конкуренции и личной ответственности либо широкому государственному вмешательству, перераспределению доходов и поддержке правительства. Данные параметры, согласно авторам, в совокупности позволяют оценивать уровень

экономической свободы как ценности (Czeglédi, Lips, Newland, 2021). Таким образом, вопросы Глобального индекса экономического менталитета описывают систему представлений об экономическом устройстве страны через ценности либо рыночной, либо нерыночной экономики (т.е. степень выраженности экономической свободы как ценности), следствием которой является разная значимость денег, разное отношение к богатству и бедности, предпочтения наемного труда или предпринимательства и т.п. — то есть различия как в экономическом сознании, так и в экономическом поведении. С помощью этого индекса могут быть измерены не только межстрановые различия (Czegl di, Lips, Newland, 2021), но и внутристрановые (Семёнов, 1997).

В широком смысле комплементарность институциональных матриц (Кирдина-Чэндлер, 2023) предполагает соответствие экономических, политических и идеологических институтов и свойственных им ценностей, традиций, обычаям, норм поведения. Однако с психологической точки зрения и в контексте разработки понятия «экономического менталитета» наиболее значимыми будут являться критерии моральной оценки поступков (моральные основания) и представления людей о себе, мире и отношениях в нем, определяющие социальное поведение (социальные аксиомы). Теория моральных оснований неоднократно использовалась в политической психологии для объяснения идеологических различий (Сычев, 2023), на основании чего мы предполагаем, что ценности рыночной экономики — конкуренция, эффективность и собственная ответственность (вместе — высокая ценность экономической свободы) — будут связаны

с индивидуализирующими моральными основаниями, ценности редистрибутивной экономики (низкая ценность экономической свободы) будут связаны со сплачивающими моральными основаниями «лояльность к группе» и «уважение к авторитетам». Теория социальных аксиом позволяет описывать межстрановые различия через генерализованные верования о себе, социальной и физической среде, духовном мире (Татарко, Лебедева, 2020), предположительно, высокая ценность экономической свободы будет связана с высоким уровнем награды за усилия и низким уровнем социального цинизма.

Исследования гражданской идентичности

Гражданская идентичность определяется, во-первых, как осознание принадлежности к сообществу граждан того или иного государства (Гриценко, Остапенко, Субботина, 2020), имеющее для индивида значимый смысл (Асмолов, Карабанова, Марцинковская, 2011), и, во-вторых, как феномен надиндивидуального сознания, признак (качество) гражданской общности, характеризующий эту общность как коллективный субъект.

В данном исследовании используется понятие «гражданская идентичность» как восприятие человеком себя в качестве гражданина своей страны, а идентификация со страной будет являться ее аффективным компонентом (Асмолов, Карабанова, Марцинковская, 2011).

Для анализа отдельных содержательных характеристик гражданской идентичности видится целесообразным использовать вопросы из World Value Survey (WVS), так как близость с собственной страной отражает позитивное отноше-

ние субъекта к идентификации со своим гражданством, наполняя ее аффективный компонент. Аналогичные цели выполняет субшкала «идентификации со своей страной» в разработанном С. Макфарлендом инструменте «Шкала идентификации с человечеством», измеряющем разные аспекты глобальной идентификации личности и показавшем хорошую пригодность на российской выборке (Нестик, Журавлев, 2018). Опыт использования методики С. Макфарлена в исследованиях гражданской идентичности так же, как и в случае глобальной идентичности, допускает исследование отдельных ее компонентов — когнитивного и аффективного (Муращенко и др., 2022).

Гражданская идентичность как основа экономического менталитета

Предположение о том, что гражданская идентичность имеет значимую взаимосвязь с экономическим менталитетом, имеет под собой следующие основания. Прежде всего, исследования в области национального менталитета показывают, что именно идентичность выступает узловым компонентом, объединяющим другие базовые составляющие национального менталитета (Юревич, 2019). Во-вторых, и понятие «менталитет», и понятие «идентичность» есть в некоторой степени противопоставление «мы» и «они», реализуемое на разных уровнях социально-психологического анализа, в случае менталитета — на макроуровне (народа) (Юревич, 2019), в случае идентичности — на микроуровне (отдельной личности) (Безгина, 2013).

Точки пересечения исследований феноменов экономического сознания, эко-

номического поведения и гражданской идентичности прослеживаются в работах, связанных с изучением социально-психологического капитала (Татарко, 2012), экономических представлений россиян (Григорян, Лепшокова, 2012) и долгового поведения (Гагарина, 2022). Мы ожидаем наличие взаимосвязей Глобального индекса экономического менталитета с пониманием и принятием своей принадлежности к стране проживания.

Идентификация себя со страной проживания предполагает доверие ее институтам. Институциональное доверие определяется как степень, в которой люди признают легитимность своих социальных, политических и правительственные организаций и верят, что они работают на общее благо (Rohde, 2023). Природа социального и институционального доверия различна — в их основе лежат разные ценности (Татарко, Муха, 2023). Институциональное доверие имеет большее значение с точки зрения влияния на экономическую активность взрослых людей, в связи с чем для тестирования гипотезы о структуре взаимосвязей между идентификацией со своей страной, индексом экономического менталитета и доверием было выбрано именно институциональное доверие.

Небезосновательным является также включение в анализ моральных оснований (Сычев, Протасова, Белоусов, 2018) и социальных аксиом (Татарко, Лебедева, 2020), поскольку они могут отражать то, как конкретный гражданин оценивает и реализует свою гражданскую идентичность.

При том, что уже показана связь гражданской идентичности с отдельными компонентами экономического менталитета (Гагарина, 2022; Григорян,

Лепшокова, 2012; Татарко, 2012) и экономический менталитет изучен, например, через его институциональное измерение (Клейнер, Рыбачук, Ушаков, 2021), в контексте психолого-исторического анализа (Журавлев, Китова, 2023), отношения к коррупции (Журавлев, Китова, 2022) и психологического состояния общества (Юревич, 2019), представленное исследование обладает новизной. В отличие от описанных выше, целью данного исследования является изучение экономического менталитета как ценности экономической свободы в системе представлений об экономическом устройстве страны в контексте идентификации со страной как аффективного компонента гражданской идентичности.

Объект исследования: экономический менталитет в контексте гражданской идентичности.

Предмет исследования: взаимосвязи аффективного компонента гражданской идентичности с ценностями экономической свободы, моральными основаниями и социальными аксиомами как системы представлений о мире.

В данном исследовании были сформулированы следующие гипотезы.

Гипотеза 1. Идентификация со страной связана с Глобальным индексом экономического менталитета.

Гипотеза 2. Высокий уровень идентификации со страной связан с высоким институциональным доверием.

Гипотеза 3. Связь идентификации со страной и Глобального индекса экономи-

ческого менталитета опосредована уровнем институционального доверия.

Гипотеза 4. Приоритет рыночной экономики в экономическом менталитете связан с высоким уровнем индивидуализирующих моральных оснований и высоким уровнем награды за усилия.

Гипотеза 5. Высокая выраженность идентификации со страной связана с низким уровнем «социального цинизма» и высоким уровнем «лояльности группе» и «уважения к авторитету».

Материалы и методы

Исследование состояло из двух этапов. На первом этапе изучались связи исследуемых параметров экономического менталитета и идентификации со страной (проверялись гипотезы 1, 2 и 3). На втором этапе были уточнены психологические основы экономического менталитета и идентификации со страной (проверялись гипотезы 4 и 5).

Выборка 1: респонденты 7 волн всемирного исследования ценностей в России WVS-2017, всего 1810 человек (45,1% мужчин и 54,9% женщин) от 18 до 91 года ($M = 45,34$; $\sigma = 17,34$). *Выборка 2:* 342 человека (49% мужчин и 51% женщин) от 18 до 74 лет ($M = 38,6$; $\sigma = 12,63$). Опрос проводился в 2024 г.

Для расчета *Глобального индекса экономического менталитета* (далее — ГИЭМ) в соответствии с методологией, описанной (Czegledi, Lips, Newland, 2021), использовались три группы вопросов из WVS, указывающие на степень приверженности ценностям рыночной экономики¹.

¹ *World Values Survey Wave 7 (2017–2022).* [6. г.]. WVS Database. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp> (дата обращения: 10.09.2024).

Шкала «Эффективность» (вопросы 107 и 109) — степень убежденности, что частная собственность и конкуренция между фирмами дают желаемые экономические результаты.

Шкала «Перераспределение» (вопросы 241 и 247) — степень убежденности, что правительство должно перераспределить доходы, чтобы добиться более равных результатов.

Ответы на вопросы 107, 109, 241, 247 кодируются таким образом, что высокие значения соответствуют более высокой рыночной ориентации.

Шкала «Ответственность» (вопросы 106 и 108) — степень убежденности, что человек несет ответственность за свое собственное благополучие, в отличие от мнения, что правительство должно непосредственно принимать меры против бедности и в пользу равенства доходов.

Для оценки аффективного компонента гражданской идентичности из блока, посвященного разным аспектам идентичности, был использован вопрос 257.

Из блока, посвященного доверию, были использованы вопросы на институциональное доверие (64–81), при этом были оставлены только те институты, которые имеют отношение к России, и исключены международные организации.

Все вопросы перекодированы таким образом, чтобы низкий полюс соответствовал низким доверию и идентификации со страной.

Также были использованы вопросы на социально-демографические характеристики.

Из психодиагностических методик использовались:

«Шкала идентификации с человечеством» С. Макфарлена (Нестик, Журавлев, 2018) в адаптации Т.А. Нестика. Методика позволяет отдельно оценить и затем сопоставить между собой выраженность глобальной и гражданской идентичности (Гриценко, Остапенко, Субботина, 2020; Муращенко и др. 2022). В исследовании использовалась методика целиком, однако в анализ включены результаты только по аффективному компоненту гражданской идентичности — субшкале «Идентификация со страной».

Сокращенная версия методики «Социальные аксиомы» М. Бонда и К. Леунга в адаптации А.Н. Татарко, Н.М. Лебедевой позволяет оценить пять групп социальных верований: «Социальный цинизм», «Контроль судьбы», «Награда за усилия», «Социальная сложность» и «Религиозность» (Татарко, Лебедева, 2020).

«Опросник моральных оснований» в адаптации О.А. Сычева, измеряющий пять базовых составляющих сферы морали: забота, справедливость, лояльность, уважение, праведность, а также два вторичных показателя: индивидуализирующие и сплачивающие моральные основания (Сычев, Протасова, Белоусов, 2018).

Результаты

Связи идентификации со страной с Глобальным индексом экономического менталитета, социально-демографическими характеристиками и уровнем доверия

Для проверки первой гипотезы изучения взаимосвязей между ГИЭМ и уровнем идентификации со своей страной был предпринят регрессионный анализ, где идентификация со своей страной —

независимая переменная, а ГИЭМ – зависимая.

Проверка допущений показала, что оптимальным будет использование линейной регрессии ($F = 6,4; p < 0,05$), доля объясненной дисперсии составляет 11,1. Проверка на гомоскедастичность показала постоянство дисперсии вокруг прямой регрессии. Таким образом, можно констатировать тенденцию к тому, что идентификация со своей страной является предиктором экономического менталитета.

Было сделано дополнительное предположение о наличии различий в ГИЭМ и идентификации со страной у респон-

дентов разного пола и возраста, результаты ANOVA даны в табл. 1 и ниже.

Как можно видеть из табл. 1, наиболее высокие значения выявлены у младшей группы, в то время как институциональное доверие и идентификация со страной выше у старшей группы. Также были выявлены значимые различия по полу: мужчины оказались более ориентированными на рыночные отношения ($M = 4,96; \sigma = 1,36$ vs. $M = 4,81; \sigma = 1,26$; $F = 5,64; p < 0,05$) и менее доверяющими различным общественным институтам ($M = 2,39; \sigma = 0,61$ vs. $M = 2,50; \sigma = 0,59$; $F = 15,50; p < 0,001$), чем женщины.

Таблица 1 / Table 1

Сравнение возрастных групп по показателям идентификации со страной, институционального доверия и экономического менталитета
Comparison of age groups by indicators of identification with the country, institutional trust and economic mentality

Параметры / Parameters	16–29 лет / 16–29 years (N = 356)		30–49 лет / 30–49 years (N = 559)		50 и более лет / 50 and more years (N = 627)		Различия / Differences	
	<i>M</i>	σ	<i>M</i>	σ	<i>M</i>	σ	<i>F</i>	<i>p</i>
Эффективность / Efficiency	5,99	2,07	5,62	1,95	5,42	1,99	10,79	,000
Распределение / Redistribution	3,89	2,10	3,46	2,09	3,21	2,02	14,08	,000
Ответственность / Responsibility	5,75	2,05	5,58	2,14	5,34	2,23	5,36	,005
Глобальный индекс экономического менталитета / Global Index of Economic Mentality	5,24	1,25	4,90	1,31	4,65	1,32	28,00	,000
Институциональное доверие / Institutional Trust	2,42	0,59	2,38	0,61	2,53	0,59	11,39	,000
Идентификация со своей страной / Identification with the Country	2,98	0,83	3,02	0,85	3,21	0,78	13,51	,000

Примечание: M – среднее; σ – среднее значение стандартного отклонения; F – критерий Фишера; p – уровень значимости.

Note: M – mean; σ – mean value of standard deviation; F – Fisher criterion; p – significance level.

Для проверки второй гипотезы о взаимосвязи идентификации со своей страной с институциональным доверием был осуществлен корреляционный анализ Пирсона, подтвердивший наличие значимых взаимосвязей ($r = 0,27; p < 0,0001$). Таким образом, согласно полученным данным, доверие к институтам выше у людей с более высокой идентификацией со своей страной.

Медиационный анализ

Для проверки третьей гипотезы была предложена модель, в которой независимой переменной являлась идентификация со страной, а зависимой — ГИЭМ, институциональное доверие — медиатор связи. Для тестирования предложенной модели был использован пакет Proseess (v. 4.2) в программе SPSS. В качестве исходной модели была выбрана «Model 4».

В табл. 2 представлены основные характеристики модели.

Коэффициенты и уровни статистической значимости, рассчитанные для них, указаны на рисунке.

Идентификация со страной является значимым предиктором экономического менталитета: чем выше идентификация со страной, тем ниже ГИЭМ. Институциональное доверие опосредует связь между идентификацией со страной и ГИЭМ. Прямой эффект имеет меньший коэффициент, чем непрямой эффект.

Для проверки четвертой гипотезы был проведен корреляционный анализ шкал опросников «Социальные аксиомы» и «Моральные основания» с ГИЭМ ($N = 208$), который оказался связан с социальными аксиомами «вера в вознаграждение усилий» ($r = 0,2; p < 0,05$) и «социальный цинизм» ($r = -0,2; p < 0,01$)

Показатели эффектов идентификации со страной, институционального доверия и Глобального индекса экономического менталитета ($N = 1810$)
Indicators of the effects of identification with the country, institutional trust and the global index of economic mentality ($N = 1810$)

Связь / Relationship	Общий эффект / Total effect	Прямой эффект / Direct effect	Непрямой эффект / Indirect effect	Доверительный интервал / Confidence interval	
				Верхняя граница / Upper level	Нижняя граница / Lower level
Идентификация со страной / Identification with the Country → Институциональное доверие / Institutional Trust → Глобальный индекс экономического менталитета / Global Index of Economic Mentality	-0,1042 ($p < 0,01$)	-0,0771 ($p < 0,05$)	-0,0271	-0,0496	-0,0063

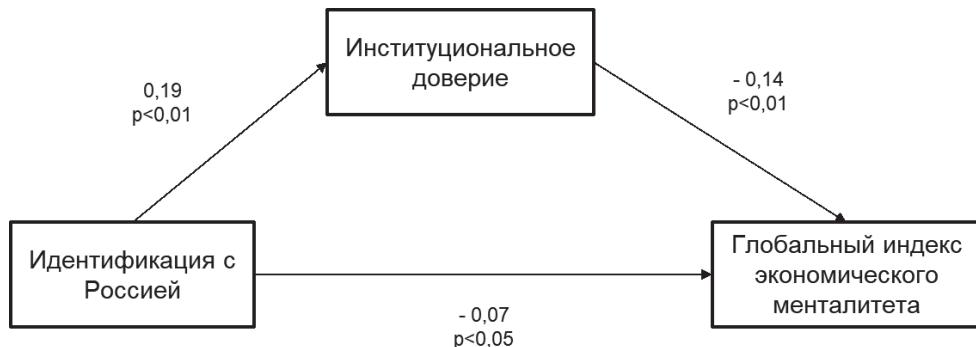


Рис. Модель медиации ($N = 1810$)

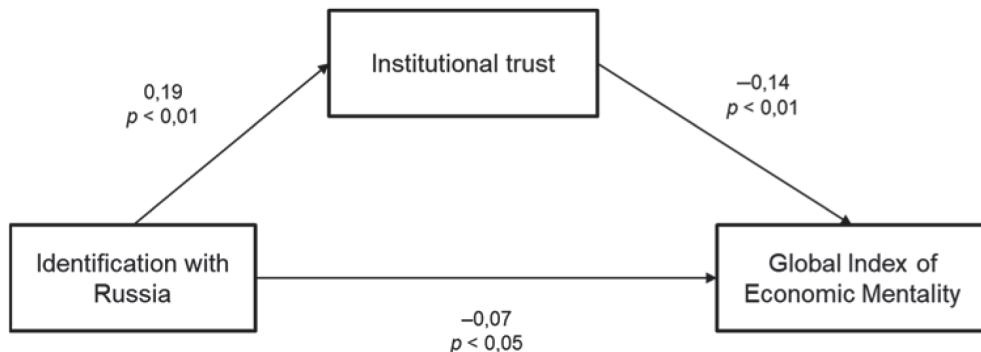


Fig. Mediation model ($N = 1810$)

и не связан с моральными основаниями. То есть четвертая гипотеза частично подтвердилась для социальных аксиом и не подтвердила для моральных оснований.

Связь гражданской идентичности с социальными аксиомами и моральными основаниями

Для проверки пятой гипотезы был проведен корреляционный анализ шкал опросников «Социальные аксиомы» и «Моральные основания» со шкалами опросника «Шкала идентификации с человечеством» С. Макфарлена ($N = 342$). Поскольку проблема исследования каса-

ется только гражданской идентичности, было принято решение использовать отдельно результаты субшкалы, измеряющей идентификацию со страной как компонент гражданской идентичности. Самые высокие корреляции идентификации со страной получены для моральных оснований «лояльность к группе» ($r = 0,5$) и «уважение к авторитетам» ($r = 0,4$), что согласуется с нашей гипотезой. Более слабые связи получены для моральных оснований «забота» ($r = 0,3$), «чистота» ($r = 0,2$) и «справедливость» ($r = 0,2$). Все корреляции значимы на уровне $p < 0,001$. Социальные аксиомы,

образующие достоверные корреляции ($p < 0,001$) с идентификацией со страной — это «религиозность» ($r = 0,4$) и «вера в вознаграждение усилий» ($r = 0,2$). Ожидаемая корреляция с социальным цинизмом — низкая и не достигает необходимого уровня значимости.

Обсуждение результатов

Ценность экономической свободы выше у более молодых респондентов, чем у респондентов старшего возраста, что, возможно, связано с поколенческими особенностями молодых людей, которые мобильны, а также формировались в условиях рыночной экономики и, как следствие, хорошо ориентируются в рыночных отношениях, видят в них возможности собственного экономического благополучия. Полученные результаты согласуются с данными других исследователей (Czegledi, Lips, Newland, 2021), отмечающих, что в России, а также в других странах с низким уровнем ГИЭМ у пожилых людей присутствует антирыночный менталитет, а у молодых — прорыночный. Также выявлено, что мужчины в большей степени, чем женщины, ценят конкуренцию, эффективность и собственную ответственность, что, вероятно, является следствием принятых в российском обществе гендерных ролей.

Доверие к институтам выше у людей с более высокой идентификацией со своей страной. Представленные результаты согласуются с тем, что в России доминируют институты X-матрицы — редистрибутивной экономики, унитарно-централизованного политического устройства и коммунитарной идеологии (Кирдина-Чэндлер, 2023). Это может означать, что россияне, глубже идентифицирующие

себя со своей страной, в большей степени ориентированы на высокую роль государства в получении и распределении благ и больше ожидают позитивного результата от взаимодействия с его институтами. При этом необходимо уточнить, что мы оцениваем общее институциональное доверие как ожидание надежности институтов, уверенность в правомерности социального и институционального порядка и, как следствие, прогнозирование устойчивости во взаимодействии с ними.

Идентификация со своей страной является значимым предиктором экономического менталитета, понимаемого в данном исследовании как готовность отчуждать свою экономическую свободу государству в системе представлений об экономическом устройстве страны. Данный результат согласуется с результатами исследования А.Н. Татарко, согласно которым сила гражданской идентичности россиян связана с высоким уровнем экономического патернализма (Татарко, 2012). Однако результат анализа медиации подтверждает, что эта связь опосредуется институциональным доверием: люди, ощущающие свою принадлежность стране и доверяющие институтам, в большей степени ожидают, что государство должно выполнять регулирующую функцию в экономике по сравнению с людьми, не доверяющими институтам. Доверие снижает оценку вероятности наступления негативных событий в будущем и определяет более позитивные прогнозы человека в направлении предсказуемости результатов его экономической активности в ситуации высокого контроля со стороны государства.

При том, что рассматриваемый ГИЭМ по своей сути представляет континуум

от социалистического до капиталистического общества, механизмы, обеспечивающие институциональное доверие в этих двух системах, будут различными. Так, в социалистическом обществе высокий уровень доверия населения к власти обеспечивается за счет наличия государственной идеологии, транслируемой с помощью системы образования и средств массовой информации, а также путем реализации социальных программ, а в капиталистическом обществе механизмы поведенческого обеспечения доверия реализуются в составе экономической политики государства (Макаров и др., 2024). При этом прорыночная ориентация, понимаемая нами как высокая ценность экономической свободы, связана с верованиями в то, что усилия, которые предпринимает человек, будут иметь положительный результат и позволят избежать негативного развития ситуации, а также с низкой склонностью к оценке окружающих людей и общества как враждебных. Таким образом, экономическая свобода взаимосвязана с убежденностью в возможности управлять своей жизнью.

Чувство причастности к своей стране сопряжено с моральными суждениями, согласно которым неуважительное отношение к традициям, авторитетам, предательство интересов группы осуждается, а патриотизм, уважение к власти, готовность подчиняться, преданность группе поощряются. Таким образом, именно сплачивающие моральные основания сопровождают чувство принадлежности своей стране, что подтверждено и в других исследованиях (Микляева, Самойлов, 2024). Генерализованная убежденность в ненапрасности своих усилий и

вера в высшие силы и благотворную, исцеляющую функцию религиозной веры также характеризуют идентификацию с Россией. В контексте нашего исследования важно отметить, что именно эти черты отмечаются как присущие менталитету россиян (Журавлев, Кольцова, 2016). В других исследованиях показано, что с силой и валентностью гражданской идентичности связана социальная аксиома «религиозность», а также положительное влияние награды за усилия на гражданскую идентичность (Микляева, Самойлов, 2024).

Таким образом, полученные результаты позволяют приблизиться к пониманию психологических механизмов, регулирующих экономические суждения граждан, в том числе в направлении атрибуции ответственности за экономическое благополучие и мировоззренческих феноменов, обеспечивающих основы таких суждений.

В качестве перспективы исследования можно обозначить дальнейшее углубленное изучение содержательных компонентов экономического менталитета.

Выводы

1. Идентификация со страной является предиктором экономического менталитета как системы представлений об экономическом устройстве страны — ее эффективности, справедливости распределения ресурсов, ответственности за экономическое благополучие граждан. При этом чем выше уровень идентификации с Россией, тем больше ожидания от государства в части обеспечения экономической поддержки граждан, что может объясняться доминированием в России институтов

Х-матрицы редистрибутивной экономики и унитарно-централизованного политического устройства. То есть принятие собственной связи со страной связано с принятием транслируемых ее экономических ценностей.

2. Существуют возрастные и половые различия в изучаемых параметрах экономического менталитета. Так, молодые люди по сравнению со старшими в меньшей степени идентифицируют себя со своей страной и в большей степени полагаются на себя в части обеспечения своего экономического благополучия, что может быть связано с экономическим и политическим устройством страны как в настоящее время, так и в период их становления: разными этапами перехода от государственной экономики к рынку. Мужчины больше открыты к рыночным отношениям и меньше доверяют социальным институтам, чем женщины.

3. Институциональное доверие выступает медиатором между идентификацией со своей страной и ценностью экономической свободы. Люди, идентифицирующие себя со своей страной, выражают более высокое доверие ее институтам и склонны ожидать от государства ответственности за эффективность и справедливость распределения ресурсов и экономическое благополучие граждан. Данный результат может быть связан с ролью доверия как отношения — ожидания надежности от социальных объектов.

4. Выявлены взаимосвязи между уровнем идентификации россиян со страной, моральными основаниями, относящимися к «сплачивающим», а также с социальными аксиомами — религиозностью и верой в вознаграждение усилий, которые указывают на следование традиционным для российского менталитета ценностям: приоритета группового над личным и веры.

Список источников / References

1. Асмолов, А.Г., Карабанова, О.А., Марцинковская, Т.Д. (2011). *Как рождается гражданская идентичность в мире образования: от феноменологии к технологиям: монографии в 2 ч.* (А.Г. Асмолов, общ. ред.). М.: Федеральный институт развития образования.
Asmolov, A.G., Karabanova, O.A., Martsinkovskaya, T.D. (2011). *How civic identity is born in the world of education: from phenomenology to technology: monographs in 2 parts.* (A.G. Asmolov, ed.). Moscow: Federal Institute for Education Development. (In Russ.).
2. Безгина, Н.В. (2013). Психологическая структура гражданской идентичности. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*, 3-1, 241–249.
Bezgina, N.V. (2013). Psychological structure of civic identity. *Bulletin of Tula State University. Humanities*, 3-1, 241–249. (In Russ.).
3. Гагарина, М.А. (2022). Роль социально-психологического капитала в долговом поведении личности. *Вестник Мининского университета*, 10(3). Статья 12.–<https://doi.org/10.26795/2307-1281-2022-10-3-12>
Gagarina, M.A. (2022). The role of socio-psychological capital in the debt behavior of an individual. *Bulletin of Minin University*, 10(3). Article 12. (In Russ.). <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2022-10-3-12>
4. Григорян, Л.К., Лепшокова, З.Х. (2012). Эмпирическая модель взаимосвязи гражданской идентичности и установок по отношению к иммигрантам с экономическими представлениями россиян. *Социальная психология и общество*, 3(2), 5–20.

- Grigoryan, L.K., Lepshokova, Z.K. (2012). The role of national identity and attitudes towards immigrants in economic beliefs of Russians: an empirical model. *Social Psychology and Society*, 3(2), 5–20. (In Russ.).
5. Гриценко, В.В., Остапенко, Л.В., Субботина, И.А. (2020). Значимость гражданской, этнической и региональной идентичности для жителей малых российских городов и ее детерминанты. *Социальная психология и общество*, 11(4), 165–181. <https://doi.org/10.17759/sps.2020110412>
- Gritsenko, V.V., Ostapenko, L.V., Subbotina, I.A. (2020). The importance of civil, ethnic and regional identity for residents from small Russian towns and its determinants. *Social Psychology and Society*, 11(4), 165–181. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/sps.2020110412>
6. Журавлев, А.Л., Китова, Д.А. (2022). Отношение молодежи к коррупции как проявление экономического менталитета россиян. *Психология и право*, 12(2), 178–193. <https://doi.org/10.17759/psylaw.2022120213>
- Zhuravlev, A.L., Kitova, D.A. (2022). The attitude of young people towards corruption as a manifestation of the economic mentality of Russians. *Psychology and Law*, 12(2), 178–193. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/psylaw.2022120213>
7. Журавлев, А.Л. (2022). *Экономический менталитет как фактор конкурентоспособности национальных экономик*. Отчет по НИР № 21-18-00541. (Российский научный фонд). URL: <https://lib.ipran.ru/paper/53902521>
- Zhuravlev, A.L. (2022). *Economic mentality as a factor in the competitiveness of national economies*. Research report No. 21-18-00541. (Russian Science Foundation). URL: <https://lib.ipran.ru/paper/53902521> (In Russ.).
8. Журавлев, А.Л., Китова, Д.А. (2023). Экономический менталитет россиян в контексте психологического-исторического анализа. *Психологический журнал*, 44(5), 25–36. <https://doi.org/10.31857/S020595920027722-0>
- Zhuravlev, A.L., Kitova, D.A. (2023). Economic mentality of Russians in the context of psychological and historical analysis. *Psychological journal*, 44(5), 25–36. (In Russ.). <https://doi.org/10.31857/S020595920027722-0>
9. Журавлев, А.Л., Кольцова, В.А. (2016). Российский менталитет как предмет психологического исследования: сущностные характеристики и факторы формирования. В А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова, Е.Н. Холондович (ред.), *Историогенез и современное состояние российского менталитета. Выпуск 2* (с. 7–37). М.: Институт психологии РАН.
- Zhuravlev, A.L., Koltsova, V.A. (2016). Russian mentality as a subject of psychological research: essential characteristics and factors of formation. In A.L. Zhuravlev, V.A. Koltsova, E.N. Kholodovich (Eds.), *Historiogenesis and current state of the Russian mentality. Issue 2* (pp. 7–37). Moscow: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.).
10. Журавлев, А.Л., Купрейченко, А.Б. (2003). *Нравственно-психологическая регуляция экономической активности*. М.: Институт психологии РАН.
- Zhuravlev, A.L., Kupreichenko, A.B. (2003). *Moral and psychological regulation of economic activity*. Moscow: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.).
11. Кирдина-Чэндлер, С.Г. (2023). *Теория институциональных X- и Y-матриц: новые результаты и актуальные вызовы: Препринт*. М.: Институт экономики РАН.
- Kirdina-Chandler, S.G. (2023). *Theory of institutional X- and Y-matrices: new results and current challenges: Preprint*. Moscow: Institute of Economics, Russian Academy of Sciences. (In Russ.).

12. Клейнер, Г.Б., Рыбачук, М.А., Ушаков, Д.В. (2021). Менталитет экономических агентов и институциональные изменения: в поисках модели равновесия. *Terra Economicus*, 19(4), 6–20. <https://doi.org/10.18522/2073-6606-2021-19-4-6-20>
Kleiner, G.B., Rybachuk, M.A., Ushakov, D.V. (2021). Mentality of economic agents and institutional changes: in search of an equilibrium model. *Terra Economicus*, 19(4), 6–20. (In Russ.). <https://doi.org/10.18522/2073-6606-2021-19-4-6-20>
13. Костригин, А.А. (2023). Отношение к бизнесу в России в 1985–2000 гг. (по данным электронной библиотеки Google Books). *Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда*, 8(3), 61–86. https://doi.org/10.38098/ipran.opwp_2023_28_3_004
Kostrigin, A.A. (2023). Attitudes towards business in Russia in 1985–2000 (according to the Google Books electronic library). *Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Labor Psychology*, 8(3), 61–86. (In Russ.). https://doi.org/10.38098/ipran.opwp_2023_28_3_004
14. Макаров, И.Н., Дробот, Е.В., Евсин, М.Ю., Полянская, К.Ю., Тонких, А.Г. (2024). Доверие и идеология в экономических и политических системах: связь, генезис, институциональный анализ. *Экономика, предпринимательство и право*, 14(5), 1683–1710. <https://doi.org/10.18334/epp.14.5.121106>
Makarov, I.N., Drobot, E.V., Evsin, M.Yu., Polyanskaya, K.Yu., Tonkikh, A.G. (2024). Trust and ideology in economic and political systems: connection, genesis, institutional analysis. *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*, 14(5), 1683–1710. (In Russ.). <https://doi.org/10.18334/epp.14.5.121106>
15. Микляева, А.В., Самойлов, О.М. (2024). Социальные верования и основания морального выбора как предикторы гражданской идентичности подростков. *Социальная психология и общество*, 15(4), 154–171. <https://doi.org/10.17759/sps.2024150411>
Miklyaeva, A.V., Samoilov, O.M. (2024). Social beliefs and foundations of moral choice as predictors of adolescents' civic identity. *Social Psychology and Society*, 15(4), 154–171. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/sps.2024150411>
16. Мурашценкова, Н.В., Гриценко, В.В., Калинина, Н.В., Ефременкова, М.Н., Кулеш, Е.В., Константинов, В.В., Гуриева, С.Д., Маленова, А.Ю. (2022). Этническая, гражданская и глобальная идентичности как предикторы эмиграционной активности студенческой молодежи Беларуси, Казахстана и России. *Культурно-историческая психология*, 18(3), 113–123. <https://doi.org/10.17759/chp.2022180314>
Murashcenkova, N.V., Gritsenko, V.V., Kalinina, N.V., Efremenkova, M.N., Kulesh, E.V., Konstantinov, V.V., Gurieva, S.D., Malenova, A.Yu. (2022). Ethnic, civic and global identities as predictors of emigration activity of student youth in Belarus, Kazakhstan and Russia. *Cultural-Historical Psychology*, 18(3), 113–123. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/chp.2022180314>
17. Нестик, Т.А., Журавлев, А.Л. (2018). *Психология глобальных рисков*. М.: Институт психологии РАН.
Nestik, T.A., Zhuravlev, A.L. (2018). *Psychology of global risks*. Moscow: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.).
18. Семёнов, В.Е. (1997). Типология российских менталитетов и имманентная идеология России. *Вестник Санкт-Петербургского университета*, 6(4), 59–67.
Semenov, V.E. (1997). Typology of Russian mentalities and the immanent ideology of Russia. *Bulletin of Saint Petersburg University*, 6(4), 59–67. (In Russ.).
19. Сычев, О.А. (2023). Теория моральных оснований: современный взгляд на психологические факторы политических убеждений. *Социальная психология и общество*, 14(1), 5–22. <https://doi.org/10.17759/sps.2023140101>

- Sychev, O.A. (2023). Theory of moral foundations: a modern view of psychological factors of political beliefs. *Social Psychology and Society*, 14(1), 5–22. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/sps.202314010>
20. Сычев, О.А., Протасова, И.Н., Белоусов, К.И. (2018). Диагностика моральных оснований: апробация русскоязычной версии опросника MFQ. *Российский психологический журнал*, 15(3), 88–115. <https://doi.org/10.21702/grj.2018.3.5>
- Sychev, O.A., Protasova, I.N., Belousov, K.I. (2018). Diagnostics of moral foundations: testing the Russian-language version of the MFQ questionnaire. *Russian Psychological Journal*, 15(3), 88–115. (In Russ.). <https://doi.org/10.21702/grj.2018.3.5>
21. Татарко, А.Н. (2012). Роль гражданской идентичности в структуре социального капитала. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки*, 2, 62–69.
- Tatarko, A.N. (2012). The role of civic identity in the structure of social capital. *Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Psychological Sciences*, 2, 62–69. (In Russ.).
22. Татарко, А.Н., Лебедева, Н.М. (2020). Разработка и апробация сокращенной версии методики «Социальные аксиомы» М. Бонда и К. Леунга. *Культурно-историческая психология*, 16(1), 96–110. <https://doi.org/10.17759/chp.2020160110>
- Tatarko, A.N., Lebedeva, N.M. (2020). Development and testing a short version of the Social Axioms Questionnaire by M. Bond and K. Leung. *Cultural-Historical Psychology*, 16(1), 96–110. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/chp.2020160110>
23. Татарко, А.Н., Муха, В.Н. (2023). Ценностный базис институционального и социального доверия в Краснодарском крае. *Вопросы теоретической экономики*, 1, 83–99. https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2022_4_83_99
- Tatarko, A.N., Mukha, V.N. (2023). Value basis of institutional and social trust in the Krasnodar Region. *Issues of Economic Theory*, 1, 83–99. (In Russ.). https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2022_4_83_99
24. Хомкова, Л.Р. (2013). Теоретико-методологические аспекты исследования менталитета. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*, 1(22), 131–139.
- Khomkova, L.R. (2013). Theoretical and methodological aspects of mentality research. *Bulletin of the Irkutsk State Linguistic University*, 1(22), 131–139. (In Russ.).
25. Юревич, А.В. (2019). *Макропсихология современного российского общества*. М.: Институт психологии РАН.
- Yurevich, A.V. (2019). *Macropsychology of modern Russian society*. Moscow: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.).
26. Czegli di, P., Lips, B., Newland, C. (2021). The Economic Mentality of Nations. *Cato Journal*, 41(3), 657–689. <https://doi.org/10.36009/CJ.41.3.10>
27. Rohde, N. (2023). Economic insecurity, nativism, and the erosion of institutional trust. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 212, 1017–1028. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.06.009>

Информация об авторах

Мария Анатольевна Гагарина, доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры психологии и развития человеческого капитала, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Финуниверситет), Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7812-7875>, e-mail: mgagarina224@gmail.com

Ева Николаевна Викентьева, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии и развития человеческого капитала, Финансовый университет при Правительстве

Российской Федерации (Финуниверситет), Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5531-1912>, e-mail: vikentieva@mail.ru

Анастасия Сергеевна Горшкова, ассистент кафедры психологии и развития человеческого капитала, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Финуниверситет), Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4642-3239>, e-mail: kitsune_2@outlook.com

Information about the authors

Maria A. Gagarina, Doctor of Psychology, Associate Professor, Professor, Department of Psychology and Human Capital Development, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7812-7875>, e-mail: mgagarina224@gmail.com

Eva N. Vikentieva, PhD in Psychology, Associate Professor, Associate Professor, Department of Psychology and Human Capital Development, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5531-1912>, e-mail: vikentieva@mail.ru

Anastasia S. Gorshkova, Assistant Lecturer, Department of Psychology and Human Capital Development, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4642-3239>, e-mail: kitsune_2@outlook.com

Вклад авторов

Все авторы внесли равный вклад в концепцию, проведение исследования, анализ данных и подготовку рукописи.

Все авторы приняли участие в обсуждении результатов и согласовали окончательный текст рукописи.

Contribution of the authors

The authors contributed equally to the research, data analysis, and preparation of this manuscript. All 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.

Декларация об этике

От всех участников было получено информированное согласие на участие в исследовании.

Ethics statement

Informed consent was obtained from all participants prior to participation in the study.

Поступила в редакцию 30.09.2024

Received 2024.09.30

Поступила после рецензирования 09.04.2025

Revised 2025.04.09

Принята к публикации 19.09.2025

Accepted 2025.09.19

Опубликована 30.09.2025

Published 2025.09.30