

УДК 159.9.018
ББК 88

А.П. ВЯТКИН

доктор психологических наук, профессор,
зав.каф. социальной и экономической психологии БГУЭП,
г. Иркутск

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ «Я-КОНЦЕПЦИЯ» КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

A.P. Vyatkin

ECONOMIC SELF-CONCEPT AS PSYCHOLOGICAL SOCIALIZATION MECHANISMS

Аннотация: Этическая регуляция экономической активности ранее считалась вторичной или вообще не рассматривалась в модели экономического поведения. Ее значение в современной психологии существенно возрастает, что вызывает противоречие рыночных и этических норм социальных отношений, обостряет конфликт в «Я-концепции». Возникают новые психологические механизмы социализации, которые остаются недостаточно изученными. На основании интегративного подхода выделены две проекции целостного глобального «Я» – этическая и рыночная, – которые реализованы в трех «Я» образах: «Я» реальное, «Я» идеальное и «Я» требуемое. Это позволило эксплицировать для эмпирического исследования систему представлений и самооценок, объединенных в «Я-концепции». Эмпирически подтверждена рабочая гипотеза относительно новых механизмов социализации: адекватная степень диссонанса рыночных и этических представлений и их самооценок соответствует более эффективной экономической социализации; снижение диссонанса, связанное с разрешением рыночных и этических противоречий, соответствует повышению социализированности. Выявлена психологическая картина механизма социализации. Полученные результаты позволяют диагностировать готовность субъекта к экономической деятельности в условиях изменяющегося общества.

Ключевые слова: экономическая социализация, рыночные и этические нормы, «Я-концепция», система представлений и самооценок, диссонанс, механизм, реальное, идеальное, требуемое «Я», адекватность, снижение диссонанса, психологическая картина

Annotation: Ethical regulation of economic activity was regarded as derived or wasn't studied at all in the model of economic behavior. Its importance in modern psychology is essentially growing that causes contradiction between market and ethical standards of social relations and escalates the self-concept conflict. New psychological socialization mechanisms appear but they stay insufficiently examined. On the basis of integrity approach they evolved two projections of holistic global self, ethical and market ones, which are implemented in two self-images: Real Self, Ideal Self and the Demanded Self. It permitted to the empirical research to explicate the system of ideas and self-estimation united into self-concepts. They proved empirically the working hypothesis concerning new socialization mechanisms: adequate degree of dissonance of market and ethical ideas and their self-estimations corresponds to more effective economic socialization; reduction of dissonance related to market and ethical contradictions solving corresponds to increase of socialization. The psychological view of socialization mechanism was detected. The obtained results permit to diagnose the readiness of the agent for economic activity in conditions of changing society.

Keywords: economic socialization, market and ethical standards, self-concept, system of ideas and self-estimation, dissonance, mechanism, Real Self, Ideal Self and the Demanded Self, adequacy, reduction of dissonance, psychological view.

Научные взгляды на психическую регуляцию экономической активности, лежащей в основе деятельностной социализации [1, 2], имеют, по крайней мере, два противоречивых основания. С одной стороны, это стремление экономического субъекта сопоставить ожидаемую полезность разных альтернатив и оптимизировать последующую выгоду (В.С. Автономов, О.С. Дейнека, Г.И. Ловецкий, П. Лунт, А. Маршалл, Э. Фромм и др.), что соответствует «рыночному синдрому» [5], экономическому смыслу [2] или «рыночному характеру» [11]. С другой стороны, это следование этическим нормам, как общечеловеческим тенденциям [3, 6, 13], «вечной философии человека с ее незабываемой истинной преодоления всех пределов» [7, с. 73], включение «специфических духовных органов, характерных для человека на протяжении всей его истории» [8, с. 82]. Взгляд на духовную, этическую регуляцию экономической активности как на вторичную сохранялся до середины XX в., что отчасти было обусловлено доминированием теорий «экономического человека». В настоящее время в соответствии с теоретическими моделями нравственной регуляции экономической активности, этика признается одной из ее важнейших детерминант. Изначальная экономическая цель – удовлетворение материальных потребностей человека – декларируется как нравственная в той же мере, что и экономически выгодная. «Жесткий контроль над бизнесом в условиях острой конкурентной борьбы приводит к тому, что нарушение нравственных норм становится экономически нецелесообразным» [3, с. 25]. Здесь авторы теоретически пытаются снять противоречие между этическими и рыночными регуляторами экономической активности. Однако, следует признать, что как этические, так и рыночные нормы экономических отношений в целом в России только начинают формироваться, имеют свою специфику и остаются малоизученными. Кроме того, ценностный конфликт, лежащий в психологической глубине рыночных и этических противоречий, и механизм его разрешения остаются скрытыми.

Экономический детерминизм вступает в противоречие с нравственной нормой даже на бытовом уровне, что, в первую очередь проявляется в стремлении к справедливости [4]. В дезорганизованном, нравственно разрушенном этносе в принципе не может быть процветающей экономики. Этнос со своей этикой начинается тогда, когда люди начинают одинаково понимать, что такое добро и зло, красота и уродство, истина и ложь. Ключевую роль в жизни этноса принимает Вера, и эту роль часто недооценивают в угоду логике. В действительности, логикой живут немногие люди [4, с.638],

что подтверждает не столько симбиоз нравственности и экономической рациональности, сколько их противоречие, внутренний конфликт. Вряд ли кто-то возьмется опровергать такой конфликт, – речь, как правило, идет о том, является ли он конструктивным, т. е. сохраняет ли целостность личности и сопутствует ли развитию личности? Методический принцип целостности дает возможность вскрыть глубинные психологические связи на уровне «Я-концепции» личности, выявить качественную определенность одного из механизмов экономической социализации личности, связанного с рыночно-этическими представлениями, системой самооценки и их противоречиями.

В интегративной парадигме личность рассматривается как уникальное целостное психосоциальное существо, которое действует в соответствии со своим пониманием себя. Целостное глобальное «Я» имеет множество компонент, объединенных в три подструктуры – «Я» материальное, «Я» социальное и «Я» духовное [8]. «Я» материальное первоначально проявляется как свое тело-объект, а в дальнейшем отношении к телу экстраполируется на предметное пространство, «вещную структуру бытия». Через собственность и деньги человек расширяет личное пространство далеко за пределы своего тела, что формирует и развивает экономические начала в личности. «Я» социальное отражает социальное содержание жизненного пространства личности, на которое направлена ее активность. Социальное «Я» определяет смысло-деятельностное поле человека, влияет на способ мышления, включает в себя систему ценностей, норм и способов поведения, определяет оценку других людей и самооценку, формирует образ себя в социальном окружении и идентичность с этим образом. «Я» духовное воплощается сакральными смыслами, которые касаются ключевых проблем бытия. Духовность составляет высшую суть человечности и выражается в потребности добра, нравственности, доброжелательности. Духовная ипостась человека – совесть [7, 13].

Понимая, что структурно-топологический подход и выделение компонент глобального «Я» является гносеологическим компромиссом с принципом целостности, мы считаем приемлемым в эмпирическом исследовании применение понятия проекции глобального «Я». То есть, целостное глобальное «Я» имеет три проекции – материальную, социальную и духовную. Конъюнкция (пересечение) социальной и духовной проекций соответствует этическому «Я», а конъюнкция материальной и социальной проекций – экономическому или рыночному «Я». Сопоставление экономического и эти-

ческого «Я» как неких противоположностей социальной проекции целостного глобального «Я» отвечает, как принципу целостности, так и бинарному характеру самооценки.

Во временном континууме компоненты глобального «Я» чаще всего представлены как «Я» реальное и «Я» потенциальное. «Я» потенциальное задает вектор интенций, направленных в желаемое будущее и является непосредственным мотиватором, механизмом активности личности [7]. Поэтому в настоящем исследовании в качестве его составляющих определены «Я» идеальное и «Я» требуемое. Образ «требуемого» экономического «Я» отражает то, что может или должно произойти с человеком для достижения желаемого экономического будущего. Именно требуемое, а не актуальное «Я», по утверждению Х. Маркуса, как посредник между мотивацией и «Я-концепцией» личности поддерживает ее ежедневную активность [10], в нашем случае – экономическую. Требуемое экономическое «Я» соответствует профессиональной социализации [11] в экономической сфере, т. е. реализует специально сформулированные и нормативно одобренные требования к способу экономической деятельности, моделям и качествам профессионала в ней. Требуемое экономическое «Я» занимает промежуточное положение между образом значимого другого, т. е. экономически благополучного человека, и «Я-образом», что позволяет реализовать теоретическое положение об «интериоризации взаимодействия в образе значимого другого» [14, с. 15].

Критерий экономического благополучия в образе требуемого «Я» соответствует модели и типологии субъективного экономического благополучия (СЭБ), разработанной В. А. Хашенко [12]. Субъективная сторона модели у студентов согласуется с образом потенциально возможного «Я», так как планы, намерения или устремления студента еще далеки во времени от реальности. СЭБ включает когнитивные, аффективные и мотивационные компоненты в их разнообразных сочетаниях, является базовым компонентом экономического сознания и выражает «целостное отношение человека к своему предполагаемому материальному благосостоянию в будущем» [12, с. 59]. Высокий уровень СЭБ отражает пристрастное отношение личности к материальным аспектам жизни, выраженность его материальных интересов и потребностей.

Знания, накопленные человеком о самом себе, а также глобальная самооценка, формирующаяся на основе таких знаний, позволяют сформировать многомерное образование, которое называется «Я-концепцией»

и составляет ядро личности. «Я-концепция» – это более или менее осознанная, переживаемая как неповторимая система представлений человека о себе, на основе которой он строит взаимодействие с другими людьми, осуществляет регуляцию своего поведения и деятельности.

Самооценка является сложным личностным образованием. Одним из факторов формирования самооценки выступает активная деятельность. С ранних лет человек попадает в условия постоянного оценивания, сравнения его результатов с результатами других людей в этой же сфере деятельности. Рано или поздно, но такая система оценивания определяет его взгляды на мир и самого себя как частичку этого мира.

В концепции человеческих ориентаций Э. Фромма достаточно полно рассматривается связь самооценки и успешности человека на «личностном рынке» [11]. Описывая рыночную ориентацию, он указывает, что успешность человека на рынке труда во многом зависит от того, в какой степени он сможет презентовать себя, насколько привлекательна «упаковка». Необходимость уметь состязаться для того, чтобы добиться успеха, формирует у человека определенную установку в отношении самого себя. Так как успех зависит не только от способностей, знаний и навыков, но и от умения преподнести себя, то самооценка не пропорциональна восприятию собственной «полезной ценности». Она начинает зависеть от уровня успешности и «продаваемости» того багажа опыта, которым располагает человек. Кроме того, человек с ведущей рыночной ориентацией теряет самоуважение и самооценку, «самоотказывается», поскольку начинает понимать возможности взаимозаменяемости людей как следствие обезличивания рынка. Таким образом, в первоначальную формулу самооценки, отражающую линейную зависимость успеха и самооценки, должны быть внесены существенные дополнения. Связь этих величин, скорее всего, не бывает линейной.

Проведенное эмпирическое исследование «Я-концепции» направлено на проверку выдвинутых гипотез: «Я-концепция» как совокупность рыночно-этических представлений и самооценок в целом является психологическим фактором экономической социализации личности. Адекватная степень диссонанса соответствует более эффективной экономической социализации, приводящей к более высокому социально-экономическому статусу субъекта. Снижение диссонанса, связанное с разрешением рыночных и этических противоречий, выступает как механизм экономической социализации личности.

В проверке гипотез исходили из положения о том, что взаимосвязь актуального, идеального и требуемого «Я» отражает специфическое качество системы представлений и самооценок личности. Не столько конкретный образ «Я» предопределяют экономическое действие, сколько взаимодействие и взаимоотношение этих образов друг с другом. По мнению Л. С. Выготского, именно из взаимоотношения психических свойств или функций вытекает качество психологической системы [2]. Это позволяет выявить и исследовать такие интегративные характеристики личности, как общий уровень самооценки (корреляция актуального и идеального «Я»), самооценку принятия экономических требований как ценности-цели (корреляция идеального и требуемого «Я») и самооценку экономической готовности (корреляция актуального и требуемого «Я»).

Обсуждение результатов.

В целом по всем экспериментальным группам самооценка занижена. Снижение личностной самооценки обусловлено, в первую очередь, повышением показателей дистимности ($r = 0,56$; $p < 0,01$), т. е. склонностью к сниженному настроению, пессимизму, мрачному взгляду на жизнь (тест Леонгарда). Снижение ценностной самооценки сопровождается повышенными показателями педантичности ($r = 0,43$; $p < 0,01$), сензитивности ($r = 0,45$; $p < 0,01$) и аффективности ($r = 0,38$; $p < 0,05$). Снижение самооценки экономической готовности сопровождается повышением показателей дистимности ($r = 0,51$; $p < 0,01$).

В «актуальном Я» в целом преобладают этические представления, и это согласуется со снижением показателей демонстративности ($r = -0,44$; $p < 0,01$), возбудимости ($r = -0,62$; $p < 0,01$) и гипертимности ($r = -0,43$; $p < 0,01$). В «идеальном Я» выражено незначительное преобладание рыночных представлений над этическими и это согласуется с повышенными показателями педантичности ($r = 0,39$; $p < 0,05$) и сензитивности ($r = 0,4$; $p < 0,05$). В «требуемом Я» абсолютно доминируют рыночные представления, и это сопровождается сниженными показателями эмотивности ($r = -0,38$; $p < 0,05$) и повышенной циклоидностью ($r = 0,39$; $p < 0,05$).

Сниженные значения самооценки сопровождаются снижением интернальности – для личностной самооценки ($r = 0,45$; $p < 0,01$), для самооценки экономических ценностей ($r = 0,36$; $p < 0,05$), для самооценки экономической готовности ($r = 0,43$; $p < 0,01$). Доминирование этических представлений в «актуальном Я» сопровождается повышением эмоциональной комфортности ($r = 0,49$; $p < 0,01$) и адаптации ($r = 0,35$; p

$< 0,05$). Некоторое превосходство рыночных представлений в «идеальном Я» сопровождается стремлением к доминированию ($r = 0,47$; $p < 0,01$), принятием других ($r = 0,39$; $p < 0,05$). Доминирование рыночных представлений в «требуемом Я» согласуется со стремлением к доминированию ($r = 0,42$; $p < 0,01$). В целом эмпирические показатели экономической «Я-концепции» непротиворечивы и хорошо согласуются данными теста социально-психологической адаптации (СПА).

По данным теста самоактуализации (САТ) снижение самооценок согласуется с низкими показателями по шкалам ценностей ($r = 0,40$; $p < 0,01$), взгляда на природу человека ($r = 0,33$; $p < 0,05$), контактности ($r = 0,38$; $p < 0,01$), а также повышением показателей по шкале аутосимпатии ($r = -0,35$; $p < 0,05$). Приоритеты этических представлений в «актуальном Я» сопровождается снижением аутосимпатии ($r = -0,46$; $p < 0,01$), а выраженное доминирование рыночных представлений в «требуемом Я» – с повышением креативности ($r = 0,34$; $p < 0,05$), автономности ($r = 0,35$; $p < 0,05$) и гибкости общения ($r = 0,43$; $p < 0,01$).

Сравнительное исследование экономической «Я-концепции» у субъектов с разным социально-экономическим статусом показало, что группы студентов-психологов разных вузов, но одного и того же курса имеют близкие самооценки, которые отличают их от других групп. В данном случае они оказались наивысшими в сравнении с другими группами, хотя по своему уровню включены в категорию «средние». Самые низкие показатели личностной самооценки имеет группа госслужащих ($r = 0,16$). В целом личностная самооценка для всей экспериментальной выборки оказалась заниженной. Учитывая, что личностная самооценка формируется на фоне личных притязаний и в результате признанного успеха, можно считать, что у государственных служащих на сегодняшний день сочетание этих двух факторов наименее благоприятно. По всем трем рассматриваемым показателям самооценки индивидуальные данные выходят далеко за пределы среднegrupповых и могут давать ценную информацию о внутреннем конфликте и особенностях социализации конкретного участника. В целом полученные данные подтверждают положение об экономической социализации и адекватном развитии самооценки, что подтверждает выдвинутую гипотезу на качественном уровне.

В качестве критерия соотношения рыночных (Р) и этических (Э) представлений берется разность их средних рангов ($\text{Э} - \text{Р}$) для каждого из трех списков: актуального (А), идеального (И) и требуемого (Т) «Я». Отрицательное значение этой разности свидетель-

ствует о доминировании этических представлений, положительное – о доминировании рыночных представлений, а величина разности показывает степень доминирования. Для всех экспериментальных групп в структуре актуального «Я» (А) доминируют этические представления. Более всего это доминирование выражено у госслужащих (-4,0), а у бизнес-менеджеров эта тенденция выражена в наименьшей степени (-1,0). По мере прохождения обучения (экономической социализации) доминирование этических представлений в актуальном «Я» снижается.

В требуемом «Я» (Т) во всех группах абсолютно доминируют рыночные представления. В наибольшей степени эта тенденция выражена у студентов 3–5-го курса ЭУ (6,0), в наименьшей – у студентов ПУ (0,8). Отметим, что у бизнес-менеджеров данная тенденция выражена (3,3) примерно наравне со студентами 1–2-го курса ЭУ (2,7). Обратимся к более детальному анализу полученных результатов. Для этого рассмотрим несколько групп студентов, обучающихся на разных курсах и по разным специальностям. Данные представлены в таблице 9.5 и позволяют подтвердить ряд закономерностей.

Практически для всех групп в актуальном «Я» этические представления достоверно преобладают над рыночными, например, для студентов-менеджеров – 2-й курс, $t=5,78$; $p<0,01$; для студентов-предпринимателей – 2-й курс, $t=4,29$; $p<0,05$. В то время как в требуемом «Я» баланс обратный – рыночные представления достоверно преобладают над этическими, например, для студентов-менеджеров – 2-й курс, $t=3,51$; $p<0,05$, для студентов-предпринимателей – 2-й курс, $t=5,60$; $p<0,01$.

Таким образом, достоверно подтверждается диссонанс между актуальным и требуемым «Я». При переходе от младших курсов к старшим, т. е. по мере экономической социализации, наблюдается достоверная трансформация «Я-концепции». В актуальном «Я» различия рыночных и этических представлений уменьшаются, так для студентов госуправления – 4-й курс, $t=3,84$; $p<0,05$; для студентов-предпринимателей – 4-й курс, $t=0,8$; $p>0,1$. А в требуемом «Я» по мере экономической социализации различия между рыночными и этическими представлениями возрастают, при этом первые доминируют, так для студентов госуправления – 4-й курс, $t=7,50$; $p<0,005$; для предпринимателей – 4-й курс, $t=9,0$; $p<0,001$. Таким образом, диссонанс между актуальным и требуемым «Я» не просто сохраняется в течение всего периода обучения, а возрастает по мере обучения, что является закономерностью экономиче-

ской социализации студентов.

Если обратиться к оценкам идеального «Я», то они занимают как бы промежуточное положение между оценками актуального и требуемого «Я». Здесь различия между рыночными и этическими представлениями недостоверны практически для всего периода обучения и для всех рассмотренных групп. Предположение, что идеальное «Я» является компенсаторным механизмом диссонанса между актуальным и требуемым «Я», можно считать предварительно подтвержденным.

Кратко обобщая приведенные результаты, отметим, что рабочая гипотеза подтвердилась – в процессе экономической социализации студентов происходит трансформация «Я-концепции», – в реальном «Я» уменьшается диссонанс рыночных и этических представлений, а в требуемом «Я» нарастает доминирование рыночных представлений над этическими. Нарастающий диссонанс между актуальным и требуемым «Я», являющийся механизмом экономической социализации, требует разработки и реализации специальной коррекционно-обучающей программы.

Выполнен более детальный анализ «Я-концепции» работающих специалистов коммерческой сферы и госслужащих. В качестве рабочей гипотезы было выдвинуто предположение о том, что работники коммерческой сферы в сравнении с государственными служащими по показателям «Я-концепции» более экономически социализированы. Предварительный анализ данных для профессиональных групп показывает, что общие тенденции «Я-концепции» остаются теми же, что и для студентов. Для актуального «Я» достоверно доминируют этические представления, однако степень доминирования для разных профессиональных групп различна. Наименьшие различия рыночных и этических представлений в «актуальном Я» отмечено в группе специалистов ($t=-2,5$; $p<0,05$), близка к ней по этим показателям группа работников коммерческого банка ($t=-3,1$; $p<0,05$). Наиболее выражено доминирование этических представлений в «актуальном Я» в группе госслужащих ($t=-9,2$; $p<0,001$). Отмечается, что для разных департаментов госслужащих – служба персонала, юристы, пенсионный фонд, социальная защита – названные различия достаточно близки друг к другу. Например, для службы персонала $t=-8,6$; для юристов $t=-8,8$; для социальной защиты $t=-10,6$.

В «требуемом Я» достоверно доминируют рыночные представления – специалисты и работники коммерческого банка имеют сходные показатели ($t=3,45$; $t=3,82$, соответственно), в группе госслужащих доминирование рыночных представлений выражено более

значительно ($t=8,74$; $p<0,001$). «Идеальное Я» в плане баланса рыночных и этических представлений, так же, как и в студенческих группах занимают нейтральное, как бы компенсирующее положение. Таким образом, выдвинутая гипотеза о диссонансе рыночных и этических представлений как психологическом факторе и механизме экономической социализации статистически подтверждена.

Выраженной закономерностью является снижение данного диссонанса при повышении экономического статуса субъекта. Промежуточные значения соответствуют группам специалистов и госслужащих. Сопоставление образов «Я» «полярных» групп (предприниматели и безработные) показало, что в группе безработных доминирование этических представлений в «актуальном Я» достоверно выше, чем в группе предпринимателей ($T=3,9$; $p<0,01$). Это различие снижается в «идеальном Я» ($T=2,1$; $p<0,05$) и становится незначимым в «требуемом Я» ($T=0,4$; $p>0,1$). Трансформация «Я-концепции» в сфере рыночно-этических представлений в процессе экономической социализации выражена, в основном, в образе «актуального Я». Таким образом, гипотезу о влиянии рыночно-этических представлений на экономическую социализацию личности можно считать подтвержденной – диссонанс рыночно-этических представлений является фактором экономической социализации личности, а его снижение в процессе социализации отражает ее психологический механизм разрешения конфликта рыночных и этических ценностей.

Кратко обобщая приведенные результаты, отметим, что в процессе экономической социализации личности происходит трансформация «Я-концепции» – в актуальном «Я» снижается доминирование этических представлений, а в требуемом «Я» нарастает доминирование рыночных представлений. Выявлен диссонанс между актуальным и требуемым «Я», являющийся закономерностью экономической социализации личности. Диссонанс проявляется как локальное противоречие рыночных и этических представлений в рамках одного образа «Я», так и противоречие между образами «актуального Я» и «требуемого Я». Данные противоречия обусловлены, в первую очередь, трансформацией общества, которая задает новые экономические реалии – новые ценности, приоритеты поведения, новые (экономические) роли. Однако и индивидуальное и общественное сознание сохраняет прежнее мировоззрение, ценности и приоритеты, что неизбежно вызывает конфликт.

Ключевая психологическая проблема экономи-

ческой социализации здесь заключается в переделке сознания без конкретных образцов экономического поведения, которые внутренне принимаются и разделяются. Изменения в «Я-концепции», отмеченные в эксперименте, показывают, что первоначальная переделка самосознания заключается в наращивании доминирования рыночных представлений над этическими, что приводит к усилению когнитивного диссонанса. Однако вхождение в профессиональную деятельность и дальнейшая экономическая социализация приводит к уменьшению этого доминирования и снижению диссонанса. В качестве психологического механизма согласования представлений или уменьшения диссонанса между «актуальным Я» и «требуемым Я» выступает «идеальное Я». В целом, полученные результаты позволяют перейти к диагностике психологической готовности к экономической деятельности в условиях трансформации общества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вяткин А.П. Психология экономической социализации личности: субъектно-ролевой подход: Монография / А. П. Вяткин. – Иркутск: ИГУ, 2010. – 373 с.
2. Вяткин А.П. Психологические механизмы экономической социализации в условиях трансформации общества: Монография / А.П. Вяткин. – Иркутск: БГУ-ЭП, 2013. – 395 с.
3. Журавлев А.Л. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности / А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. – М.: ИПРАН, 2003. – 435с.
4. Зимичев А.М. Избранные произведения / Зимичев А.М. – СПб. :Центр полит.и психол. исследований, 2008. – 728 с.
5. Китова Д.А. Материальное самообеспечение личности в изменяющихся социально-экономических условиях России: автореф. дис. ... д-ра психол. наук / Д. А. Китова. – Ставрополь: Северо-Кавказ. ГУ, 2003. – 46 с.
6. Климов Е.А. Экономическая среда и психика // Вестн. МГУ. Сер.: Психология. – 1999. – № 4. – С. 67–80.
7. Козлов В.В. Семь принципов интегративной методологии // Вестн. интегративной психологии. – М.; Ярославль, 2006. – № 4. – С. 45–57.
8. Мамардашвили М.К. Как я понимаю философию: Беседа // Вестн. высш. школы. – М., 1989. – № 2. – С. 80–87.
9. Маркус Х. «Возможные Я»: посредники между мотивацией и «Я-концепцией» [Электронный ресурс] / Х. Маркус, П. Нуриус. – Режим доступа: <http://lib.rin.ru/>

doc/i/16562p.html.

10. Митина Л.М. Психология развития конкурентоспособной личности / Л.М. Митина. – М., Воронеж: МОДЭК, 2002. – 400 с.

11. Фромм Э. Иметь или быть / Э. Фромм. – Минск: Харвест, 2003. – 327 с.

12. Хашченко В.А. Типология субъективного экономического благополучия // Психол. журн. – 2007. – Т. 28, № 1. – С. 58–69.

13. Шадриков В.Д. Происхождение человечности / В. Д. Шадриков. – М.: Логос, 2004. – 296 с.

14. Шилыштейн Е.С. Глубинное переживание «Я»: содержание и функциональное значение // Вестник МГУ. Сер. 14, Психология. – 2003. – № 3. – С. 3–23.

BIBLIOGRAPHY

1. Vyatkin A.P. Psychology of economic socialization of the individual: subject-role approach: Monograph / A.P. Vyatkin – Irkutsk: INU, 2010. – 373 pages.

2. Vyatkin A.P. Psychological mechanisms of economic socialization in the condition of society transformation: Monograph / A.P. Vyatkin – Irkutsk: BSUEL, 2013. – 395 pages.

3. Zhuravlev A.L. Moral and psychological regulation of economic activity / A.L. Zhuravlev, A.V. Kupreychenko. – М.: IPRAN, 2003. – 435 pages.

4. Zimichev A.M. Selected Works / A.M. Zimichev – SPb.: Center of political and psychological research, 2008. – 728 pages.

5. Kitova D.A. Financial self-identity in a changing socio-economic conditions in Russia: Doctor of Psychology dissertation synopsis / D.A. Kitova – Stavropol : Severo-Kavkaz. NU, 2003. – 46 pages

6. Klimov E.A. Economic environment and the psyche // Herald MNU. Ser : Psychology – 1999. – № 4. – 67–80 pages.

7. Kozlov V.V. Seven principles of integrative methodology // Herald of integrative psychology. – М.: Yaroslavl, 2006. – № 4. – 45–57 pages.

8. Mamardashvili M.K. How I understand philosophy: Conversation // Herald of Higher School. – М., 1989. – № 2. – 80–87 pages.

9. Markus H. “Possible Me”: Mediators between motivation and “self-concept” [Electronic resource] / H. Markus, P. Nurius. – Access mode:

<http://lib.rin.ru/doc/i/16562p.html>.

10. Mitina L.M. Developmental Psychology of competitive person / L. M. Mitina – М., Voronezh MODEK 2002. – 400 pages.

11. Fromm E. To have or to be / E. Fromm. – Минск: Harvest, 2003. – 327 pages.

12. Khashchenko V.A. Typology of subjective economic well-being // Psychology journal. – 2007. – Т. 28, № 1. – 58–69 pages.

13. Shadrikov V.D. Origins of humanity / V. D. Shadrikov – М.: Logos, 2004. – 296 pages.

14. Shilshteyn E.S. Deep experience of “Me”: the contents and functional significance // Herald MNU. Ser. 14, Psychology. – 2003. – № 3. – 3–23 pages.