

УДК 159-9

ББК Ю95 88.5

М.С. ЯНИЦКИЙ

доктор психологических наук, профессор
декан социально-психологического факультета
Кемеровский государственный университет
г. Кемерово

Т.А. БЕЛЬЧИК

кандидат экономических наук, доцент
Кемеровский государственный университет
г. Кемерово

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ОСОБЕННОСТЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

M.S. Yanitskiy, T.A. Belchik,**Interrelation of valuable preferences and features of economic behavior of youth**

Аннотация: Обосновывается авторская модель ценностной структуры массового сознания. Дается социально-экономическая характеристика основных ценностных типов молодежи. Приводятся результаты ценностной детерминации жизненных целей, а также способов и результатов их реализации в экономическом поведении молодежи.

Ключевые слова: ценности, ценностные предпочтения, ценностные типы, экономическое сознание, экономическое поведение.

The summary: the author's model of valuable structure of mass consciousness is proved. The social and economic characteristic of the basic valuable types of youth is given. Results of valuable determination of the vital purposes, and also ways and results of their realization in economic behavior of youth are resulted.

Keywords: Values, valuable preferences, valuable types, economic consciousness, economic behavior.

Вопросы выделения психологических детерминант экономического поведения человека и психологическое содержание экономического сознания находятся в центре внимания формирующейся новой отрасли знания - экономической психологии. Важное место среди рассматриваемых в этой связи психологических характеристик занимает такое интегральное образование как система ценностных ориентаций личности. Так, по определению А.Д. Карнышева, Т.Д. Бурменко, Е.А. Ивановой, «экономическое сознание индивида представляет собой совокупность взглядов, позиций, установок на основополагающие индивидуальные и со-

циальные экономические ценности, свое место и роль в экономических структурах» [4, с. 27]. По мнению А.Л. Журавлева и А.Б. Купрейченко, «наиболее универсальным регулятором экономической активности субъекта выступает ценностно-смысловая рациональность. Суть этого вида рациональности заключается в том, что субъект считает целесообразным, разумным относиться к экономическим объектам, принимать решения и поступать в экономической среде сообразно наиболее значимым для него жизненным принципам и смыслам, ценностям и идеалам, целям и притязаниям» [3, с. 16]. Однако, как отмечают авторы, это положение,

являясь основным постулатом во многих исследованиях экономического поведения, не нашло эмпирического подтверждения в ходе многолетнего изучения экономического сознания и экономической активности представителей различных социальных групп в России. В этой связи нами было проведено собственное исследование ценностных детерминант экономического поведения и социально-экономических характеристик основных типов ценностных систем.

Для социально-психологической традиции характерно представление о множественности культурно-исторических систем ценностей. Конкретная форма общественного устройства, специфические социально-исторические условия формирования личности лежат в основе типологии социальных характеров, различающихся направленностью на различные группы ценностей. Современные социально-психологические и социологические подходы предполагают одновременное существование в современном массовом сознании различных типов ценностных систем, различающихся как «давностью» их возникновения, так и психологическими факторами и механизмами их формирования. Очевидно, что ценностная структура массового сознания неоднородна и включает в себя элементы, имеющие различное (с психологической точки зрения) происхождение.

Наибольший интерес для нашего исследования в методологическом плане представляет модель типологии ценностных систем Р. Инглхарта, основанная на концепции А. Маслоу. Как известно, в гуманистической психологии группы ценностей (как и блоки потребностей) образуют вертикальную иерархию. А. Маслоу выделяет две основные группы ценностей: высшие Б-ценности (бытийные, ценности «развития», присущие самоактуализирующимся людям) и низшие Д-ценности (дефицитные или гомеостатические, регрессивные, защитные ценности, обусловленные тревогой и фрустрацией) [5].

Р. Инглхарт на основе концепции А. Маслоу разделяет «материалистические» (физиологические) и «постматериалистические» ценности, преобладание которых в том или ином обществе отражает стадию его общего экономического и социального развития. Данные типы ценностных ориентаций имеют различное происхождение, сформулированное им в виде «гипотезы недостаточности» и «гипотезы социализации». В то же время, в классификации Инглхарта постматериалистические ценности практически распадаются на две группы – социальные и ценности самоактуализации,

обусловленные соответственно направленностью на «присоединение» либо саморазвитие [9]. Развивая это положение, А.П. Вардомацкий дополняет концепцию Р. Инглхарта «гипотезой идеализации» [1]. Однако такая точка зрения, предполагающая, по нашему мнению, существование трех основных типов ценностных ориентаций, так и не нашла отражения в экспериментальных исследованиях.

Метод «аксиометрии», используемый Р. Инглхартом и позволяющий определить распространенность соответствующих типов ценностных ориентаций в том или ином обществе, основан на выборе респондентами наиболее важной ценности из предлагаемого списка, включающего ценности-индикаторы материалистической либо постматериалистической ориентации. При этом направленность на ту или иную систему носит взаимоисключающий характер. Такой подход вызывает вполне обоснованную критику. Как показывает Г.Г. Дилигенский, половина или больше опрошенных не могут быть отнесены ни к «материалистам» ни к «постматериалистам», поскольку системы ценностей, выделенные Инглхартом в качестве альтернативных, фактически таковыми не являются [2, с. 103].

По словам Б. Шледера, типология Инглхарта сегодня находится в центре критики и определяется как во многом недифференцированная и неисторическая [6, с. 48]. В качестве альтернативной им предлагается концепция Х. Клагеса, различающего, с одной стороны, ценности общественного долга и признания (дисциплина, порядок и послушание), а с другой – ценности самореализации (творчество, самоутверждение, свобода). Развивая свою типологию, Х. Клагес различает нормоцентрическую и аутоцентрическую ориентацию. В первом случае доминирует отношение к общественным нормам, а во втором – отношение к собственному «я» [10]. По нашему мнению, модели Р. Инглхарта и Х. Клагеса не противоречат друг другу, являясь взаимодополняющими, и фактически отражают существование трех основных типов ценностных ориентаций, соответствующим витальным, социальным потребностям и потребностям самореализации.

Нами была разработана собственная модель ценностной структуры массового сознания, основанная на представлении о существовании трех основных типов ценностных систем, имеющих различное происхождение. В основу этой модели была положена описанная нами ранее структурно-динамическая модель системы ценностных ориентаций личности [7]. Теоретические представления, положенные в основу предлагаемой

нами модели, могут быть кратко сформулированы следующим образом:

1. На разных стадиях индивидуального развития следование нормам и ценностям социального окружения последовательно определяется стремлением избежать наказания и получить поощрение, ориентацией на значимых других, действием внутренней автономной системы ценностей. Эти стадии, называемые Л. Колбергом предконвенциональной, конвенциональной и постконвенциональной, последовательно сменяют друг друга на протяжении жизни человека. При этом каждая стадия может оказаться последней, и достигнутый к этому моменту уровень развития становится индивидуальным типом.

2. В формировании системы ценностных ориентаций личности наибольшее значение последовательно принимает доминирующий на данной стадии процесс личностной динамики. К таким процессам можно отнести следующие: адаптацию, заключающуюся в устранении тревоги и поддержании баланса в системе человек-среда посредством модификации ценностных ориентаций; социализацию, отражающую внутреннее принятие (или непринятие) ценностей значимых других; индивидуализацию, направленную на выработку собственной, автономной системы ценностей.

3. Данные процессы последовательно формируют «защитный», «заимствованный» и «автономный» уровни или «пласты» системы ценностных ориентаций личности. Фиксация на какой-либо стадии личностного развития определяет доминирование соответствующего уровня в индивидуальной системе ценностей, которое, в свою очередь, формирует аналогичный тип личности: «адаптирующийся», «социализирующийся» или «индивидуализирующийся».

4. Ценностная структура массового сознания может быть представлена как совокупность типов личности, ориентированных на ценности адаптации (стремление к физической и экономической безопасности), социализации (ориентация на принятые в обществе нормы и ценности) или индивидуализации (направленность на саморазвитие и самореализацию). Соотношение данных ценностных типов в конкретном обществе определяется социально-демографическими факторами, влияющими на преобладание процессов адаптации, социализации или индивидуализации в личностном развитии.

Для апробации предложенной модели мы модифицировали методику Р. Инглхарта, разработав собственную программу социологического исследова-

ния, позволяющую выявить ориентацию на ценности адаптации (выживание и безопасность), социализации (социальное одобрение) или индивидуализации (независимость и саморазвитие). Предложенная нами методика основана на выборе респондентами наиболее важных ценностей из предлагаемого списка, включающего индикаторы ориентации на данные группы ценностей.

Респондентам предъявлялась карточка, содержащая 9 позиций, представляющих три блока по три пункта в каждом:

1. Отсутствие нужды, материальный достаток.
2. Семейное благополучие.
3. Возможность интеллектуальной и творческой самореализации.
4. Сохранение сил и здоровья.
5. Хорошая, престижная работа.
6. Возможность пользоваться демократическими правами и свободами.
7. Сохранение порядка и стабильности в обществе.
8. Уважение окружающих, общественное признание.
9. Строительство более гуманного и терпимого общества.

Пункты 1,4,7 являются индикаторами ориентации на ценности адаптации; пункты 2,5,8 – на ценности социализации; пункты 3,6,9 – на ценности индивидуализации.

Исследуемым предлагалось выбрать, что из перечисленного на карточке они считают для себя наиболее важным (можно было указать от 1 до 3 вариантов). При выборе одного варианта, а также двух или трех однотипных вариантов определялся соответствующий ценностный тип; при выборе трех пунктов соответствующий ценностный тип устанавливался при совпадении направленности двух из трех выборов; при выборе двух или трех разнонаправленных (т.е. относящихся к разным группам индикаторов ориентации на те или иные ценности) вариантов диагностировался промежуточный ценностный тип.

В нашем предыдущем исследовании, выполненном на российской выборке, 44% респондентов были отнесены к адаптирующемуся типу, 29% – к социализирующемуся, 4% – к индивидуализирующемуся и 23% – к промежуточному типам [8]. Соответственно, ценностная структура массового сознания характеризовалась ориентацией на ценности, которые связаны с фру-

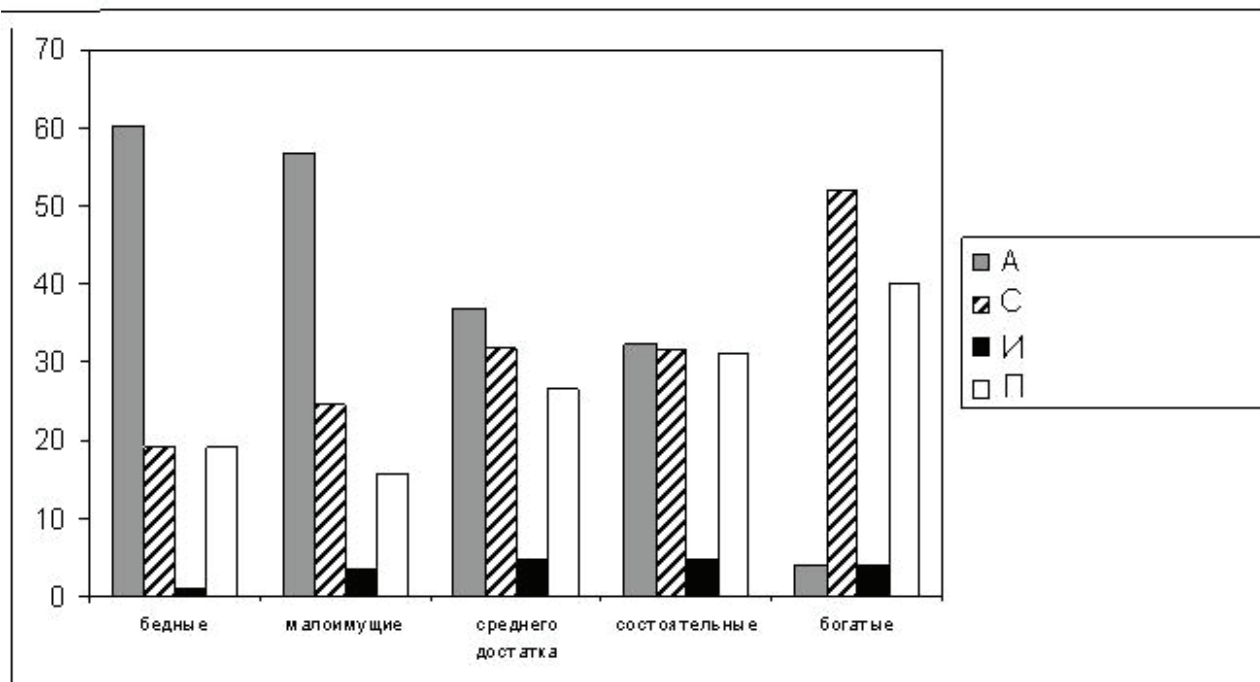


Рис. 1. Распространенность ценностных типов в зависимости от уровня материального благосостояния

страцией потребности в экономической и физической безопасности.

Как было установлено, на распространенность рассматриваемых типов в массовом сознании в наибольшей степени влияют такие социально-демографические факторы как возраст, уровень образования и дохода: более молодые участники групп существенно реже ориентировались на ценности адаптации, и отчетливо чаще – на ценности социализации и индивидуализации, чем люди старшего возраста; более высокий уровень образования сопряжен с меньшей ориентацией на ценности адаптации, и наоборот; с ростом материального благосостояния наблюдается существенное снижение направленности на ценности адаптации и рост доли ориентирующихся на ценности социализации и индивидуализации.

Основным критерием выделения групп населения по уровню материального благосостояния в указанном исследовании была структура расходов, а не формальный уровень дохода или же наличие собственности. Исследуемым задавался вопрос: «Как бы Вы оценили материальное положение Вашей семьи и Вас лично?». В качестве вариантов ответа предлагались следующие формулировки, соответствующие определенным уровням материального благосостояния (выделенным с учетом местных представлений о достатке):

- «Денег не хватает даже на продукты питания» - «бедные» (17% опрошенных).
- «Денег хватает только продукты питания и обяза-

тельные платежи» – «малоимущие» (36%).

– «Денег хватает не только на продукты питания, но и на небольшие покупки» – «среднего достатка» (32%).

– «Денег хватает не только на покупки, но и на отдых» – «состоятельные» (13%).

– «Денег хватает на большие покупки, модную одежду и хороший отдых» – «богатые» (2%).

С ростом материального благосостояния наблюдается существенное снижение направленности на ценности адаптации и рост доли ориентирующихся на ценности социализации и индивидуализации (рис. 1). Полученные нами результаты в целом подтверждают положение Р. Инглхарта о том, что «высшие» ценности могут реализоваться, как правило, после того, как реализованы «низшие» ценности, основанное на ранних работах А. Маслоу, который полагал, что удовлетворение потребностей нижележащего уровня является условием и возможностью перехода к удовлетворению потребностей следующего уровня. В то же время обращает на себя внимание значительный рост процента «неопределившихся» с увеличением достатка. Поскольку «богатые» в современной России – это прежде всего «новые богатые», можно предположить, что этот феномен обусловлен своеобразным «экзистенциальным вакуумом», «пресыщением», возникающим вследствие быстрого обогащения.

В нашем настоящем исследовании было опрошено более 2000 жителей Кемеровской области в возрасте от 14 до 30 лет. После ремонта первичного массива

данных численность выборочной совокупности составила 2009 человек. При доверительной вероятности 96%, ошибка репрезентативности не превышает 3,2%. Квотирование выборки проводилось по трем критериям: пол, сфера занятости и территория проживания. В целом результаты опроса отвечают требованиям валидности, репрезентативности, точности и могут представлять мнение молодежи Кемеровской области. По результатам модифицированной методики Р. Инглхарта 27% молодежи были отнесены к адаптирующемуся типу, 49% – к социализирующемуся, 3% – к индивидуализирующемуся и 20% – к промежуточному типам.

В ходе опроса общественного мнения изучались особенности материального положения и экономического поведения молодежи Кемеровской области. Материальное положение различных общностей традиционно рассматривается как «экономический базис», определяющий особенности «духовной надстройки», в том числе и систему ценностных предпочтений. То есть ценностные предпочтения человека являются производными от его материального положения. В данном исследовании материальное положение молодежи оценивалось по наличию собственности, являющейся, по словам А.Д. Карнышева, Т.Д. Бурменко, Е.А. Ивановой, «продолжением личности во внешнем мире» [4, с. 16]. Как видно из таблицы 1, рассматриваемые ценностные типы обнаруживают существенные различия в числе имеющих в собственности различных материальных ценностей, и прежде всего – предметов роскоши (укра-

Материальные ценности	Ценностные типы				Все
	А	С	И	П	
Собственная квартира, дом	33,5	30,2	18,6	30,0	30,7
Собственный автомобиль	24,9	22,7	20,3	26,0	23,9
Предметы роскоши	20,2	26,3	13,6	18,9	22,7
Ценные бумаги	2,9	3,7	1,8	3,4	3,3
Собственное предприятие	1,0	1,6	0,0	1,3	1,3
Недвижимость за рубежом	0,2	1,1	0,0	0,8	0,7

Таблица 1. Материальные ценности, имеющиеся в собственности рассматриваемых ценностных типов (в % от числа ответивших)

Основной источник дохода	Ценностные типы				Все
	А	С	И	П	
Заработная плата	68,3	53,5	44,8	52,1	57,0
Помощь родителей, родственников	15,1	25,8	29,3	28,1	23,5
Стипендия и другие социальные выплаты	6,2	11,0	13,8	12,5	10,1
Заработки мужа/жены, друга/подруги	5,3	4,3	1,7	2,3	4,1
Неофициальная предпринимательская деятельность	1,7	1,6	3,4	2,5	1,9
Официальная предпринимательская деятельность	0,9	1,1	5,2	1,5	1,3
Не разрешенная законом деятельность	1,1	1,7	0,0	0,3	1,2
Другой	1,3	0,9	1,7	0,8	1,0

Таблица 2. Основной источник дохода рассматриваемых ценностных типов (в % от числа ответивших)

шения, антиквариат и т.п.). Закономерно, что меньше всего предметов роскоши имеют представители индивидуализирующегося типа, которые характеризуются независимой самооценкой, а больше всего – представители социализирующегося типа, в наибольшей степени ориентирующиеся на одобрение референтной группы.

В целом, наиболее материально обеспеченным оказывается адаптирующийся тип, наименее обеспеченным – индивидуализирующийся тип. Такая закономерность явно противоречит приведенным выше результатам наших предыдущих исследований, которые вполне согласовались с концепцией Р. Инглхарта. Очевидно, это связано с тем, что настоящее исследование выполнено на молодежной выборке. Молодые люди во многих случаях оказываются собственниками благодаря помощи родителей или же наследству. Кроме того, наличие собственности у молодежи в ряде случаев определяется не возможностью приобретения, а приоритетностью. Так, отнесенные к индивидуализирующемуся типу чаще остальных указывают, что недвижимость, автомобиль или ценные бумаги являются для них доступными, но сейчас они имеют другие приори-

теты, например – образование. Следует отметить также, что период формирования ценностных ориентаций приходится преимущественно на годы пребывания в родительской семье, поэтому ценности молодежи являются скорее отражением материального положения их родителей, чем уровня ее нынешнего благосостояния.

Таким образом, в силу указанных причин материальное положение молодежи нельзя однозначно рассматривать в качестве базового фактора формирования ее ценностных предпочтений. В данном случае взаимосвязь между экономическими и ценностными характеристиками носит скорее обратный характер – ценности молодежи выступают в качестве детерминант ее экономического поведения. Одной из таких характеристик экономического поведения является способ получения дохода, обнаруживший в нашем исследовании зависимость от принадлежности к тому или иному ценностному типу (таблица 2).

Наиболее экономически самостоятельным среди молодежи оказывается адаптирующийся тип. Индивидуализирующийся тип, напротив, чаще остальных опирается на внешнюю поддержку. Однако это в данном случае связано с тем, что среди респондентов, отнесенных к индивидуализирующемуся типу, отмечается наибольший процент обучающихся в вузе (30,4% против 19,2% среди адаптирующегося и 23,7% среди социализирующегося типов) – по мнению Э. Эриксона, пребывание в высшем учебном заведении является «законодательно закрепленной отсрочкой» в принятии человеком роли взрослого, которую он в контексте формирования ценностной системы называет «психосоциальным мораторием». Несмотря на такую «отсрочку» в принятии роли взрослого, отнесенные к индивидуализирующемуся типу чаще остальных подрабатывают помимо своей основной деятельности – 45,8% против 36,9% и 32,1% у адаптирующегося и социализирующегося типов. Закономерно, что они же чаще других указывают в качестве источника дохода предпринимательскую деятельность.

Как известно, система ценностных ориентаций личности выступает в качестве инструмента регуляции активности человека, определяя социально приемлемые формы ее реализации, в том числе и в сфере экономического поведения. А.Л. Журавлева и А.Б. Курейченко указывают, что «перспективной научно-исследовательской и одновременно практической задачей является определение приоритетных, престижных или, напротив, недопустимых видов материального самообеспечения для представителей различных социаль-

ных групп» [3, с.19]. В этой связи нами была проанализирована субъективная допустимость различных форм ненормативного экономического поведения молодежи (таблица 3). Принципиальная допустимость тех или иных форм ненормативного поведения в данном случае рассчитывалась как сумма частот ответов «допустимы в любой ситуации», «допустимы в большинстве случаев», «иногда допустимы», «допустимы в исключительных случаях».

Ненормативные формы экономического поведения	Ценностные типы				Все
	А	С	И	П	
Уклонение от уплаты налогов	49,6	48,6	41,7	44,2	47,8
Дача и получение взятки	38,5	41,0	25,0	30,7	37,7
Мошенничество	20,2	18,6	13,3	18,0	18,7
Воровство	14,1	13,2	8,3	12,5	13,1
Вымогательство	12,2	11,7	5,0	10,3	11,3

Таблица 3. Допустимость различных форм ненормативного поведения для рассматриваемых ценностных типов (в % от числа ответивших)

Наиболее допустимой в сознании молодежи ненормативной формой экономического поведения является уклонение от налогов. Как указывают А.Д. Карнышев, Т.Д. Бурменко, Е.А. Иванова, «значимым направлением психологического анализа налогообложения является выяснение причин и факторов, обуславливающих уклонение от налогов. То, что такая ситуация нередко детерминирована установившейся конфискационной налоговой системой – это признаваемый многими факт. Но какую роль в этом процессе играет психологический фактор ... – ответ на такой вопрос может быть получен только в серьезном психологическом исследовании» [4, с. 309]. Как следует из полученных нами результатов, одним из таких факторов могут являться особенности индивидуальной ценностной системы. Несмотря на умеренность различий между ценностными типами приведенные данные отражают устойчивую тенденцию: самым нормативно обусловленным является экономическое поведение индивидуализирующегося типа, соответствующего наиболее высокому уровню морального развития, самым свободным от нормативных ограничений – экономическое поведение адаптирующегося типа.

Рассмотренные способы материального самообеспечения являются индивидуальными средствами реализации жизненных целей молодежи, которые, являясь в наибольшей степени ценностно детерминированны-

ми, закономерно обнаружили в нашем исследовании наиболее яркие различия между описываемыми ценностными типами (таблица 4).

Жизненные цели	Ценностные типы				Все
	А	С	И	П	
Высокий доход	36,4	30,6	18,6	27,8	31,2
Карьерный рост	28,8	30,5	16,9	28,5	29,2
Образование	19,3	29,9	30,5	28,0	26,6
Личная жизнь	22,9	26,7	20,0	19,9	24,1
Семья, дети	25,8	19,9	15,3	19,4	21,2
Квартира, машина	18,6	17,5	11,9	15,9	17,3
Профессиональные навыки	9,1	9,9	8,5	9,9	9,6
Самосовершенствование	7,6	9,0	22,0	12,2	9,6
Личная независимость	8,0	7,2	11,9	10,9	8,3
Улучшение здоровья	7,8	3,7	0,0	5,7	5,1
Отдых	4,8	3,9	11,9	7,2	5,0
Творчество	1,5	1,4	20,3	5,5	2,8
Другое	0,7	0,9	1,7	0,7	0,9

Таблица 4. Жизненные цели рассматриваемых ценностных типов (в % от числа ответивших)

Как видно из приведенных результатов, молодежь в целом имеет весьма прагматические, «приземленные» жизненные цели. В то же время описываемые ценностные типы демонстрируют по существу различные экономические стратегии: адаптирующийся тип ориентирован на высокий доход, карьеру и создание семьи; социализирующийся – на высокий доход, карьеру и образование; индивидуализирующийся – на образование, самосовершенствование и творчество, при этом высокий доход, являющийся наиболее значимым для остальных, занимает среди их приоритетов лишь пятое место. Различия в экономических стратегиях закономерно проявляются в описанных выше формах и результатах экономического поведения молодежи.

Таким образом, приведенные социально-психологические характеристики еще раз подтверждают уровневый характер ценностной структуры массового сознания молодежи, где наиболее низкому уровню развития соответствует система ценностей адаптирующегося типа, а наиболее высокому – индивидуализирующегося типа. Характеризуемые в статье ценностные типы обнаружили различия как в экономических стратегиях, так и в способах и результатах их реализации. Соответственно, особенности системы ценностных ориентаций выступают психологической детерминан-

той экономического поведения молодежи. Достигнутый в итоге того или иного экономического поведения уровень материального благополучия, вероятно, также определяет дальнейшее формирование индивидуальной ценностной системы в период взрослости и, тем самым, создает предпосылки для усвоения соответствующих ценностей в процессе экономической социализации следующего поколения.

Литература

1. Вардомацкий А.П. Сдвиг в ценностном измерении? // Социологические исследования. – 1993. – С. 46–55.
2. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
3. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Ценностно-смысловая рациональность экономического поведения населения современной России // Психология в экономике и управлении. №2 (4), 2010. - С.15-23.
4. Карнышев А.Д., Бурменко Т.Д., Иванова Е.А. Человек и собственность. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2006. - 364 с.
5. Маслоу А. Психология бытия / Пер. с англ. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1997. – 304 с.
6. Шледер Б. Структура ценностных ориентаций. Эмпирическое исследование //Иностранная психология, Т. 2, № 2 (;), 1994. – С. 47–56.
7. Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система – Кемерово, Кузбассвузиздат, 2000. – 204 с.
8. Яницкий М.С. Ценностная структура массового сознания современной России // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания. Коллективная монография /Под. ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 7–27.
9. Inglehart R. The silent revolution in Europe: intergenerational change in post-industrial societies // American Political Science Review, 1971 – N. 65. – P. 991-1017.
10. Klages H. Do we all become egos?: on the future of value change // Politische Studien, 1994. Vol. 45 – pp.35-43.

Bibliography

1. Vardomatsky A.P. Shift in valuable measurement? // Sociological researches. – 1993. – P. 46–55.
2. Diligensky G.G. Sociopolitical psychology. – M: New school, 1996. – 352 p.
3. Zhuravlev A.L., Kuprejchenko A.B. Valuable

rationality of economic behavior of the population of modern Russia // Psychology in economy and management. №2 (4), 2010. - P.15-23.

4. Karnyshev A.D., Burmenko T.D., Ivanov E.A. The person and the property. - Irkutsk: Publishing house BGUEP, 2006. - 364 P.

5. Maslow A. Psychology of life / the Lane with English – M: Refl-book, K: Vakler, 1997. – 304 p.

6. Schlöder B. Structure of valuable orientations. Empirical research//Foreign psychology, T. 2, № 2, 1994. – P. 47–56.

7. Yanitskiy M.S. Valuable orientations of the person as dynamic system – Kemerovo, Kuzbassvuzizdat, 2000. – 204 p.

8. Yanitskiy M.S. Valuable structure of mass consciousness of modern Russia // Political and psychological problems of research of mass consciousness. The collective monography / E.B. Shestopal. – M: Aspect Press, 2002. – P. 7–27.

9. Inglehart R. The silent revolution in Europe: intergenerational change in post-industrial societies // American Political Science Review, 1971 – N. 65. – P. 991-1017.

10. Klages H. Do we all become egos?: on the future of value change // Politische Studien , 1994.Vol. 45 – pp.35-43.