Г. А. Фофанова[1], Куан Циньжоу[2] УДК 159.9

[1] Кафедра организационной психологии, факультет психологии, Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь

[2] Кафедра организационной психологии, факультет психологии, Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь

ДИСПОЗИЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛИЗМ: СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ

В статье представлен анализ теоретических подходов к понятию диспозиционного материализма. Проанализированы и обобщены исследования, направленные на определение факторов развития диспозиционного материализма. К основным факторам можно отнести следующие: родительские стили и методы общения с детьми; национально-экономические показатели общества; тенденции принимать окружающие культурные ценности и правила поведения социума; массовая культура и средства массовой информации.

Ключевые слова: диспозиционный материализм; жадность; зависть; собственничество; родительские стили и методы общения с детьми; национально-экономические показатели общества; интернализация; массовая культура; средства массовой информации.

Образец цитирования: Фофанова Г. А. Диспозиционный материализм: сущность и факторы формирования / Г. А. Фофанова, Куан Циньжоу // София: электрон. науч.-просветит. журн. – 2023. – № 1 – С. 81–87.

G. Fofanova[1], Kuang Qinrou[2]

[1] Department of Social and Organisational Psychology, Faculty of Philosophy and Social Sciences, Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus

[2] Department of Social and Organisational Psychology, Faculty of Philosophy and Social Sciences, Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus

DISPOSITIONAL MATERIALISM: ESSENCE AND FACTORS OF FORMATION

The analysis of theoretical approaches to the concept of dispositional materialism is presented in the article. Studies aimed at determining the factors of development of dispositional materialism are analyzed and summarized. Key factors include: parenting styles and methods of communicating with children; national economic indicators of the society; tendencies to accept the surrounding cultural values and rules of behavior of society; mass culture and mass media.

Keywords: dispositional materialism; envy; possessiveness; nongenerosity; parenting styles and methods of communication with children; national economic indicators of the society; internalization; Mass culture; mass media.

For citation: Fofanova G. & Kuang Qinrou. Emotional Intelligence in Adult: Review of Research. Sophia. 2023;1;81–87. Russian.

Авторы:

[1] **Галина Александровна Фофанова** – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной и организационной психологии факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета.

https://orcid.org/0000-0003-4177-8399
gfofanova@gmail.com

[2] **Куан Циньжоу** – магистрант кафедры организационной психологии факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета.

keita.kqr@gmail.com

Authors:

[1] **Galina Fofanova** – PhD of Psychology, Docent, Associate Professor at the Department of Social and Organisational Psychology, Faculty of Philosophy and Social Sciences, Belarusian State University.

[2] **Kuang Qinrou** – Undergraduate Student at the Department of Organizational Psychology, Faculty of Philosophy and Social Sciences, Belarusian State University.

В современной психологии существует ряд концепций, по-разному определяющих психологическую сущность материализма, а также его влияние на поведение человека. Их ключевые теоретические различия обусловлены выбором «единиц» психологического анализа материализма как личностного проявления [1, с. 105]. В качестве психологического «субстрата» материализма чаще всего фигурируют потребности, ценности, цели и диспозиции, в соответствии с чем среди многообразия теоретических подходов можно выделить потребностные, ценностные, целевые и диспозиционные концепции.

Наиболее известная потребностная концепция материализма сформулирована американским социологом и политологом Р. Инглхартом [5]. Прежде чем описывать теорию материалистической социализации Р. Инглхарта, необходимо уточнить, чем его определение материализма отличается от представленного в работе, проделанной Р. Белком в области потребительской психологии. В диспозиционной концепции материализма Р. Белк под данным свойством понимает устойчивую предрасположенность личности наделять высшей значимостью материальную сторону своей жизни (имущество, деньги и т. д.) и действовать соответствующим образом в различных обстоятельствах. Материализм рассматривается как общая черта (центральная, или суперординантная диспозиция) личности, которая проявляется в широком круге социальных ситуаций и, в свою очередь, конкретизируется в частных чертах (вторичных, или субординантных диспозициях) – зависти, скупости (жадности) и собственничестве [2, с. 269].

В понятии материалистичности Р. Белк выделяет три личностные черты, являющиеся ее основными составляющими: 1) зависть (определяется как состояние не-

удовлетворенности в случае наличия у другого превосходства в счастье, успехе, репутации или владении чем-либо желаемым); 2) собственничество предполагает желание большего монопольного контроля над собственностью (в противовес меньшему контролю арендатора или заимствующего), а также склонность накапливать и сохранять имущество (причем не только вещи, но и материализованные впечатления или людей); 3) скупость (определяется как «нежелание отдавать собственность или делиться ею с другими). Позже добавлена еще одна черта – накопительство, выражающая поведенческую тенденцию к сохранению и накоплению материальных благ, а также материализации (овеществлению) приобретенного опыта (впечатлений, воспоминаний и т. п.). В качестве психодиагностического приложения к собственной концепции Р. Белком сконструирована одноименная шкала (Belk's Materialism Scale), которая существует в трехфакторном и четырехфакторном формате [3, с. 295–297].

В работе М. Ричинса и С. Доусона «Материалистичность как набор ценностей» материалистичность рассматривается как ценность, которая управляет жизненными выборами и поведением человека в различных ситуациях, включая потребительскую сферу, но не ограничиваясь ею. Инструмент измерения материалистичности как набора ценностей также состоит из трех компонентов: центральность приобретения, поиск счастья через приобретения и определение успеха через собственность [10, с. 219]. Согласно данному подходу, материалисты делают собственность и ее приобретение центром своей жизни. Материалистичность, соответственно, придает жизни смысл и определяет повседневные стремления. Материалисты боготворят вещи, и стремление приобретать становится особой религией, структурируя жизнь и ориентируя поведение; а потребление ради потребления становится лихорадкой, которая отнимает всю имеющуюся энергию и ресурсы. Также характерным является поиск счастья через приобретения. Собственность занимает центральное место в жизни материалистичных потребителей, поскольку представляется для них неотъемлемой частью полноценной, успешной жизни. Многие люди стремятся к счастью через приобретения, а не через другие способы (например, профессиональную самореализацию, личные отношения, личностный рост и т. д.). Материалисты также склонны судить о своем успехе и успехе других людей по набору и качеству аккумулированных предметов собственности. Ценность обеспеченности собственностью не только в ее способности присваивать определенный статус, но и в возможности через нее проектировать желаемые имидж и уровень жизни. Материалисты рассматривают себя как успешных в той степени, в которой они могут приобретать продукты, способствующие созданию желаемого имиджа [10].

Ключевым аспектом материалистичности, соответственно, является использование собственности и потребительских благ для передачи индивидуальной или социальной идентичности. Поскольку «абстрактная» идентификация индивида не заметна при отсутствии конкретных подтверждений, а в межличностных взаимодействиях люди зачастую ориентируются и на внешние проявления, важнейшими свидетельствами того, кто мы есть, являются дела, которые мы делаем, и вещи, которые мы имеем. В этой связи в исследованиях рассматриваются две связанные темы: материалистическая идентичность и использование вещей в целях социальной коммуникации [10].

Р. Инглхарт – политический социолог, и поэтому он определяет материализм шире, чем это принято в потребительской психологии. Р. Инглхарт рассматривает материализм как хроническую сосредоточенность на низших потребностях в материальном

комфорте, физическую безопасность – выше потребностей более высокого порядка, таких как самовыражение, принадлежность, эстетическое удовлетворение и качество жизни. Это определение согласуется с традиционным представлением о том, что материалисты ставят мирские амбиции выше духовных, но секуляризует это определение, заменяя духовность самоактуализацией. В терминологии Р. Инглхарта противоположностью материалисту является постматериалист – тот, кто придает большее значение удовлетворению потребностей более высокого порядка, даже за счет отказа от финансового вознаграждения. Прототипом постматериалиста был бы художник, который отказывается от финансового вознаграждения, стремясь к удовлетоворению своих высших потребностей в личной свободе, эстетическом самовыражении и самореализации. Постматериализм – это не аскетизм: постматериалисты не отвергают богатство, но принижают его, им важнее нематериальные удовольствия. Развивая свое понимание материализма и постматериализма, Р. Инглхарт начал с иерархии А. Маслоу, а затем разработал элементы для измерения социальных ценностей, отражающихся в концепции потребностей А. Маслоу [5].

В основе теории Р. Инглхарта классификация пирамидальных потребностей человека и их постулирование, включающее законы их структурно-функциональной иерархии. Р. Инглхарт утверждает, что материалист характеризуется доминированием низших потребностей (физиологических и безопасности), тогда как постматериалист – преобладанием потребностей принадлежности, признания, самоуважения и самоактуализации. Основным способом диагностики материализма в рамках обсуждаемой концепции служит «Шкала постматериализма», при этом респондент должен проранжировать по важности четыре общественно-политические цели: «поддержание общественного порядка», «борьба с ростом цен», «обеспечение участия людей в принятии государственных решений», «защита свободы слова» [5].

Т. Кассер описал «ядро материалистичности» как состоящее из трех убеждений: счастье можно купить; работать, чтобы потреблять – это очень важно; жизнь осмысленна, а люди успешны в той мере, в какой они обеспечены деньгами, вещами и имеют «правильный внешний образ» [8, с. 26]. В целевой концепции материализма Т. Кассера и Р. Райана психологическая сущность материализма увязывается с содержанием устойчивых стремлений и долгосрочных целей личности. Материалиста отличает озабоченность накоплением богатства, завоеванием славы и социального признания, созданием привлекательного имиджа. Все эти цели являются экстринсивными, поскольку их достижение не обеспечивает подлинного удовлетворения базовых человеческих потребностей. Противоположностью материализма является направленность личности на интринсивные цели, преследование которых самым непосредственным образом ведет к удовлетворению базовых потребностей. Это цели, выражающие стремление к личностному росту, близким взаимоотношениям, сопричастности к проблемам и интересам социальной общности [8, с. 28].

Таким образом, под *диспозиционным материализмом* понимается индивидуально-психологическое свойство личности, проявляющееся в устойчивой предрасположенности личности наделять высшей значимостью материальную сторону своей жизни и действовать соответствующим образом в различных обстоятельствах.

Исследования предлагают два основных пути развития диспозиционного материализма: во-первых, переживания, которые подрывают удовлетворение психологических потребностей, могут заставить людей ориентироваться на материализм как на один

из видов компенсаторной стратегии, предназначенной для противодействия неприятным последствиям чувств и неуверенности; во-вторых, материалистические модели и ценности оказывают непосредственное влияние на развитие диспозиционного материализма через процессы социализации, интернализации и моделирования. Далее рассмотрим оба варианта подробнее.

Диспозиционный материализм является одним из способов компенсации психологического благополучия личности. Например, высокий материальный доход и владение материальными благами представляют собой попытку получить выгоду, одобрение и принятие от окружающих. Диспозиционный материализм может также развиться в ситуациях, когда люди чувствуют, что богатство, имущество, имидж и статус повышают их вероятность удовлетворения основных потребностей в безопасности и средствах к существованию (т. е. когда они рассматриваются как необходимые для дальнейшего выживания). Анализ соответствующей литературы показывает, что одним из основных источников неуверенности является подверженность влиянию окружения и переживаниям, которые расстраивают или блокируют реализацию человеческих желаний, базовые психологические потребности, такие как потребность в автономии, компетентности, а также безопасности.

В нескольких исследованиях изучалось влияние семейного окружения, показавшее, что родительские стили и методы, которые плохо удовлетворяют потребности детей, неэффективны, и это связано с повышенным диспозиционным материализмом у детей. Например, Т. Кассер и Р. Райан, выявили, что подростки, сосредоточенные на стремлении к финансовому успеху (по сравнению с самопринятием, принадлежностью или стремлением к определенному сообществу), с большей вероятностью имели матерей, которые проявляли по отношению к ним больше негативных и меньше позитивных эмоциональных выражений и которые описывали свои собственные стили воспитания как менее теплые и демократичные, наряду с усилением контроля над детьми [6, с. 285].

Другие исследования показали, что дети склонны быть более материалистичными, когда они реже общаются со своими родителями [9, с. 48], когда их родители чрезмерно вовлечены в дела детей, склонны к наказанию детей или, напротив, когда родители имеют слабую позицию в семье, которую обеспечивают [4, с. 156], и когда дети считают, что их родители меньше поддерживают их стремление к самостоятельности [13, с. 1758]. Каждая из этих родительских характеристик, вероятно, вызывает чувство неуверенности, которое может быть компенсировано развитием сильного диспозиционного материализма.

Развод – еще один семейный опыт, который может прервать удовлетворение психологических потребностей детей, потому что часто приводит к снижению стабильности, усилению враждебности и беспокойства о том, чтобы быть любимым. Материалистичные молодые люди чаще имеют разведенных родителей [11, с. 320].

Р. Инглхарт сделал вывод из обзора ряда исследований о том, что национальные экономические показатели также могут влиять на материализм. Например, в более бедных странах, как правило, более материалистичные граждане, чем в более богатых. В более богатых странах поколения, выросшие в плохие экономические времена, более материалистичны, чем те, кто вырос в благополучные времена, а спады национальных экономик обычно усиливают материализм людей [5]. Р. Инглхарт предположил, что плохие экономические условия вызывают чувство обездоленности или

незащищенности и что люди могут компенсировать это чувство сосредоточением на материалистических целях. Бедность сама по себе не может привести к установлению материалистических целей, как это видно в случае с религиозными послушниками, которые отказываются от имущества; однако, как описано ниже, бедность может сочетаться с социальным моделированием при создании сильного диспозиционного материализма.

Таким образом, исследования ученных приводят к выводу: когда люди переживают ситуации, которые не способствуют удовлетворению их основных психологических потребностей, возникающее в результате чувство незащищенности может привести к тому, что они примут более материалистический взгляд на жизнь как способ компенсации этих чувств.

Второй путь к развитию материализма подразумевает знакомство с материалистическими моделями и ценностями. С момента рождения люди получают неявные и явные сообщения, поддерживающие представления о важности денег и владения ими. Эти одобрения выражаются через родительские ценности, материалистический образ жизни членов семьи и сверстников, а также материалистические сообщения, часто встречающиеся в популярной культуре, например, в средствах массовой информации. Люди часто принимают такие сообщения, ставят перед собой материалистические цели и стремятся к их достижению.

У людей существует фундаментальная тенденция принимать окружающие культурные и семейные ценности и правила поведения. Этот процесс называется интернализацией [12, с. 756]. Имеющиеся данные свидетельствуют о том, что дети действительно перенимают материалистические ценности тех, кто находится в их социальном окружении. Исследование матерей и их детей-подростков, проведенное Т. Кассер и соавторами показало, что, когда матери думали, что очень важно добиваться финансового успеха, то и их дети, как правило, выражали то же мнение [7, с. 910].

Еще одним чрезвычайно распространенным источником материалистических сообщений является массовая культура и средства массовой информации, воплощение которых можно видеть в коммерческом телевидении. Кроме ситкомов, драм и игровых шоу с подтекстом, явно восхваляющих материализм, рекламодатели имеют в своем распоряжении множество приемов, предназначенных для того, чтобы убедить людей покупать их товары. Например, они показывают продукты, которые используются известными или очень привлекательными (часто и то, и другое) людьми, или же кем-то, кто получает какое-то социальное вознаграждение за использование продукта. Реклама показывает продвигаемые продукты на фоне богатства, недостижимого для среднего потребителя, или же используя идеализированные версии жизни. Такая тактика создает ассоциации между продуктом и желаемыми результатами, а также учит потребительскому поведению посредством моделирования.

Учитывая назначение этих методов и их повсеместное распространение, неудивительно, что исследования постоянно показывают положительную корреляцию между просмотром телепередач и материализмом [14, с. 67]. Хотя вполне вероятно, что просмотр телевизора может увеличить диспозиционный материализм, также возможно, что телевидение может быть более привлекательным для тех, у кого высокий диспозиционный материализм, потому что это может подтвердить их мировоззрение, представить новые способы преследовать материалистические цели и помочь им избавиться от беспокойства, связанного с неуверенностью. Последующие исследования

с проверкой данных идей могут помочь распутать отношения между телевидением и формированием диспозиционного материализма.

Таким образом, к основным факторам формирования диспозиционного материализма относятся: семейное окружение, а именно родительские стили и методы общения с детьми; национально-экономические показатели общества; тенденции принимать окружающие культурные ценности и правила поведения социума; массовая культура и средства массовой информации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Карпинский, К. В.* Опросник диспозиционного материализма (ОДМ): концептуальные основы и психометрическая разработка / К. В. Карпинский, Н. В. Кисельникова (Волкова) // Психологический журнал. – 2019. – № 40(1). – С. 104–117.

2. *Belk, R. W.* Materialism: Trait aspects of living in the material world / R. W. Belk // Journal of Consumer Research. – 1985. – № 12. – P. 265–280.

3. *Belk, R. W.* Three Scales to Measure Constructs Related to Materialism: Reliability, Validity, and Relationships to Measures of Happiness / R. W. Belk // Advances in Consumer Research. V. 11. Eds. T. C. Kinnear. – Provo. – 1984. – P. 291–297.

4. *Cohen, J.* Power primer / J. Cohen // Psychological Gazette. – 1992. – № 112(1). – P. 155–159.

5. *Inglehart, R.* Culture Shift in Advanced Industrial Society / R. Inglehart // NJ : Princeton University Press. – 1990. – 484 p.

6. *Kasser, T.* Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals / T. Kasser, R. M. Ryan // Personality and Social Psychology Bulletin. – 1996. – № 22. – P. 280–287.

7. *Kasser, T.* The relations of maternal and social environments to late adolescents' materialistic and prosocial values / T. Kasser, R. M. Ryan, M. Zax, A. J. Sameroff // Developmental Psychology. – 1995. – № 1(6). – P. 907–914.

8. *Kasser, T.* Materialistic values: Their causes and consequences / T. Kasser, R. M. Ryan, C. E. Couchman, K. M. Sheldon // Psychology and Consumer Culture : The struggle for a Good Life in a Materialistic World. – Washington, DC : American Psychological Association, 2004. – P. 11–28.

9. *Moore, R. L.* The effects of family communication and mass media use on adolescent consumer learning / R. L. Moore, G. R. Moschis // Journal of Communication. – 1981. – № 31. – P. 42–51.

10. *Richins, M. L.* The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form / M. L. Richins // Journal of Consumer Research. – 2004. – № 31(1). – P. 209–219.

11. *Rindfleisch, A.* Family structure, materialism, and compulsive consumption / A. Rindfleisch, J. E. Burroughs, F. Denton // Journal of Consumer Research. – 1997. – № 23. – P. 312–325.

12. *Ryan, R. M.* Perceived locus of causality and internalization: Examining reasons for acting in two domains / R. M. Ryan, J. P. Connell // Journal of Personality and Social Psychology. – 1989. – № 57. – P. 749–761.

13. *Williams, G. C.* Extrinsic life goals and health risk behaviors in adolescents / G. C. Williams, E. M. Cox, V. A. Hedberg, E. L. Deci // Journal of Applied Social Psychology. – 2000. – № 30. – P. 1756–1771.

14. *Zeng, Xinhong.* Research and study of compulsive online shopping among college students / Zeng Xinhong, Chen Fei // Journal of Fujian Normal University. Fuqing Branch [J]. – 2015. – № 01. – P. 66–73.