

Межпоколенческие особенности экономических установок молодых москвичей и их родителей

Научный руководитель – Фоломеева Татьяна Владимировна

Нагорнова Виктория Владимировна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

E-mail: nagornovavv@gmail.com

После абсолютного краха, случившегося в России в 90-е годы прошло достаточно много времени и уже выросли поколения, не заставшие лично события того времени. Но как бы печально это ни было, в нашей стране уровень экономической грамотности на достаточно низком уровне. Именно поэтому в нашем исследовании мы стремились понять какие представления об экономических феноменах у современных молодых людей, чем они отличны от представлений их родителей и есть ли какие-то тенденции среди поколений.

В исследовании были использованы: анкета с методикой А.Н.Татарко по экономическим установкам личности и дневники. 126 человек приняло участие в исследовании, 78 человек, представителей молодежи в возрасте от 22 до 28 лет, и 78 человек, являющихся их родителями (от 42 до 60 лет). Для анализа были использованы как качественные, так и количественные методы анализа: анализ частот, контент-анализ, корреляционный анализ и тематическое моделирование.

В результате нами были получены три группы экономических установок, различающихся степенью согласованности оценок экономических феноменов. Первая группа характеризуется единогласием среди детей и их родителей, а так же имеет четкую выраженность в предпочтении лишь одного из полюсов для всех респондентов, и поэтому претендует на статус некоторой культурной нормы. К этой группе относятся «приоритет закона над прибылью», «неприемлемость использования кредитов в повседневной жизни» и «неподверженность импульсивным покупкам». Вторая группа установок характеризуется так же высокой степенью согласованности оценок детей и родителей, но уже демонстрирует различие в самих установках и скорее претендует уже лишь на уровень семейной нормы. Сюда уже были отнесены такие биполярные шкалы как «экономия времени - экономия денег», «кратковременная или долговременная ориентация в экономическом поведении» и «расточительность - экономность». Третья группа установок характеризуется тем, что показала высокую рассогласованность внутри семей, но высокую согласованность внутри поколений и сюда вошли «экономический интерес - экономическая индифферентность», «экономическая активность - экономическая пассивность», «распределение финансового вознаграждения по равенству или по справедливости», «приоритет размера вознаграждения - приоритет наличия творчества в работе».

Таким образом, в ходе нашего исследования мы увидели целый ряд норм, существующих в современном обществе и характерных для разных семей и поколений. Для молодого поколения мы можем отметить рефлексивность относительно своего положения в экономической сфере, а так же заметить, что внешне наблюдаемые поведенческие инфантильные паттерны, подкрепляются патернализмом со стороны родителей и воспринимаются как некоторая возможность, которая пока что им доступна, так как все знания о «должном» у них уже имеются, но просто не используются из-за финансовой подушки безопасности, обеспечиваемой родителями.

Список литературы:

1. Лебедева Н.М. Ценности культуры, экономические установки и отношение к инновациям в России // Психология: журнал Высшей школы экономики. 2008. Т. 5, № 2. С. 68-88.
2. Павленко О.Б. Различия в ценностях, показателях социального капитала и экономических установках между жителями регионов России // Альманах современной науки и образования. 2012. № 1. С. 120-121.
3. Татарко А. Н. Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе: структура и динамика // Общественные науки и современность. 2014. № 1. С. 50-64.
4. Фоломеева Т. В. Динамика потребительских аттитюдов в условиях социально-экономических изменений // Национальный психологический журнал. — 2010. — Т. 3, № 1. — С. 111-117.
5. Фоломеева Т. В., Шурыгина Ю. С. О потребительской социализации детей и подростков // Психология в экономике и управлении. — 2014. — № 1. — С. 20-24. В статье представлено исследование потребительской социализации. Для изучения потребительской социализации был выбран качественный метод - фокус-группы. Описаны стадии потребительской социализации, институты, в которых проходит потребительская социализация, а также факторы, влияющие на нее.
6. Arndt, J. (1979) 'Family life cycle as a determinant of size and composition of household expenditures', in W.L.Wilkie (ed.) *Advances in Consumer Research*, vol. 6 (128-132). Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research.
7. Davies, E. and Lea, S.E.G. (1995) 'Student attitudes to student debt', *Journal of Economic Psychology* 16, 663-679."
8. Folomeeva T. V., Fedotova S. V. Youth' features of social status perception // *International Journal of Psychology*. — 2016. — Vol. 51. — P. 1078-1078.