

**Дейнека Ольга Сергеевна**

доктор психологических наук, профессор,  
и. о. заведующего кафедрой политической психологии  
Санкт-Петербургского государственного университета,  
член-корреспондент РАН

**Deyneka Olga Sergeevna**

D.Phil. in Psychology, Professor,  
Acting Head of the Political Psychology Department,  
St. Petersburg State University,  
Corresponding Member of  
the Russian Academy of Natural Sciences

**Забелина Екатерина Вячеславовна**

кандидат психологических наук, доцент,  
доцент кафедры психологии  
Челябинского государственного университета

**Zabelina Ekaterina Vyacheslavovna**

PhD in Psychology, Associate Professor,  
Psychology Department,  
Chelyabinsk State University

**Честюнина Юлия Владимировна**

кандидат психологических наук, доцент,  
доцент кафедры психологии  
Челябинского государственного университета

**Chestyunina Yulia Vladimirovna**

PhD in Psychology, Associate Professor,  
Psychology Department,  
Chelyabinsk State University

## **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РОССИИ И ЯПОНИИ) [1]**

## **ECONOMIC MIND OF STUDENTS IN GLOBAL WORLD (THE RESULTS OF THE RESEARCH IN RUSSIA AND JAPAN) [1]**

**Аннотация:**

*В статье представлены результаты пилотного исследования особенностей экономического сознания у студенческой молодежи в России и Японии. Установлено, что при объективно более высоком уровне жизни студенты-японцы субъективно оценивают свой уровень дохода (материального достатка) ниже, чем обучающиеся из РФ. В обеих выборках выделены четыре фактора, объединяющих экономические установки, однако содержание факторов различно. Результаты исследования подтверждают гипотезу о зависимости экономического сознания от объективных экономических условий и культуры, а также высвечивают национальные стереотипы. Данный вывод поддерживают и значимые различия в выраженности установок к предпринимательской деятельности, экономической активности, сбережениям, финансам, уровню материального дохода у российских и японских студентов. Отсутствие различий в отношении потребительского поведения можно рассматривать как объединяющую черту, продиктованную влиянием глобализации.*

**Ключевые слова:**

*экономическое сознание, экономические установки, студенты, молодежь, субъективное экономическое благополучие.*

**Summary:**

*The paper provides the results of a pilot study on economic mind of students in Russia and Japan. In the case of objectively higher standards of living, Japanese students give lower subjective estimates of their income level (material prosperity) in comparison to Russian students. Four factors integrating economic attitudes have been revealed in both samples. However, the psychological content of the factors varies a lot. The research findings confirm the hypothesis about the dependence of economic mind on objective economic conditions and culture and highlight the national stereotypes. Besides, this conclusion is supported by the significant differences in attitudes towards entrepreneurship, economic activity, savings, finances, and personal income among Russian and Japanese students. The lack of differences in attitudes to consumer behavior can be considered as a common characteristic of globalization impact.*

**Keywords:**

*economic mind, economic attitudes, students, youth, subjective economic well-being.*

**Введение.** Тенденции глобализации создают условия для распространения ценностных универсалий-брендов, применимых к любым сообществу, культуре, нации. Поэтапно во всех культурах, включенных в глобализацию, происходит замена понимания человека с его определенной цивилизационно-ценностной идентичностью на образ универсалистского потребителя, обладающего максимально унифицированными характеристиками с точки зрения потребностей и образа жизни.

Многие ученые сегодня говорят о превалировании экономического фактора глобализации, который приводит к стандартизации товаров, услуг, рекламы и, как следствие, к унификации потребительских привычек [2]. Однако в эмпирических исследованиях встречаются противоречивые данные относительно того, в какой степени универсализируются ценности и поведение населения разных стран, вступивших в тесное взаимодействие в связи с развитием глобальной

сети [3]. Все еще недостаточно изучена проблема отражения процессов экономической унификации в экономическом сознании представителей различных культур. Поиск ответов на подобные вопросы является актуальным и востребованным не только на метауровне транснациональных торговых и производственных корпораций, но и на мезо- и микроуровнях локальных организаций, семей и отдельных личностей, реализующих себя в сфере экономики в различных ролях (потребителя, предпринимателя, инвестора, наемного работника и т. д.).

В поисках эмпирических доказательств унификации экономического сознания молодежи было предпринято пилотное исследование, главной целью которого стало сравнение структуры экономических установок как элемента экономического сознания у студентов в России и Японии. Российские обучающиеся являются объектом постоянного внимания отечественных ученых как перспективная стратегическая часть человеческого капитала страны.

Японские студенты в качестве группы для сравнения с российскими выбраны неслучайно. Специфика страны, которая обособлена и, казалось бы, «закрыта» от остального мира географически и социально, консервативна как в социально-экономическом плане, так и в культурном. Японцы бережно относятся к сохранению национальных традиций в неизменном виде, поэтому логично было предполагать, что, несмотря на технологическое лидерство государства, сюда позднее проникают инновации глобализации, приводящие к социальным и культурным изменениям.

В то же время некоторые авторы, подчеркивая уникальность культуры Японии, характеризуют ее как «страну-получателя в процессе культурного обмена», способную усваивать иностранные новинки и на их основе формировать нечто самобытное. При этом население добровольно воспринимает зарубежное культурное влияние [4].

Очевидно, что наиболее восприимчива к процессам глобализации именно молодежь. Являясь самой динамичной частью населения, она в первую очередь сталкивается с вызовами глобализации: страдает от экономических и социальных кризисов, гибнет в конфликтах [5]. Несмотря на то что в данном исследовании выборка ограничена небольшим количеством представителей молодого поколения из высших учебных заведений, однородность группы позволяет говорить об определенных тенденциях, характерных для экономического сознания в студенческом возрасте.

Таким образом, основной целью исследования стало изучение специфики структуры и содержания экономического сознания представителей российской и японской студенческой молодежи. В качестве гипотезы выступило предположение, что экономическое сознание молодых людей сравниваемых стран имеет как специфические черты, обусловленные культурой, так и универсальные характеристики, объясняемые влиянием глобализации.

**Теоретические основания исследования.** Главным методологическим подходом работы стал кросс-культурный. Предметом подобных исследований, как правило, являются особенности психики и поведения людей с точки зрения их детерминации социокультурными факторами, специфичными для каждой из сравниваемых этнокультурных общностей. Согласно Дж. Берри с соавторами, в центре внимания кросс-культурного подхода применительно к описанию различий в психологических признаках должны оказаться как социокультурная среда, так и анализ причинно-следственных связей между социокультурным контекстом развития человека и теми поведенческими признаками, которые характерны для носителей той или иной культуры [6]. Очевидно, что данный подход применим для выявления специфических возможностей в осмыслении и содержательном объяснении экономического сознания человека той или иной культуры, а также его обусловленности, с одной стороны, культурным контекстом (традициями, нормами и ценностями конкретной общности), с другой – глобализационными процессами.

Одно из наиболее ранних определений экономического сознания в отечественной науке дано А.В. Филипповым и С.В. Ковалевым [7], которые трактуют его как системную составляющую сознания, высший уровень отражения экономических отношений общественно развитым человеком.

Российские специалисты в рамках исследования феномена экономического сознания наиболее активно изучают представления об экономических явлениях и о себе в сфере экономики [8], экономические отношения [9], субъективное экономическое благополучие [10], а также экономические установки.

Зарубежные психологи постоянно уделяют внимание проблемам трансформаций экономического сознания и поведения [11]. В то же время в научной литературе последних лет можно обнаружить лишь отдельные работы, так или иначе касающиеся изучения экономического сознания и поведения современных японцев, причем подавляющее большинство из них выполнено экономистами [12] и не затрагивает психологического контекста проблемы. Еще реже можно встретить исследования, сравнивающие экономическое сознание и поведение современных жителей России и Японии. В частности, известная книга «Сакура и дуб» В. Овчинникова [13], переведенная на японский язык и удостоенная наград как с японской, так и с российской сторон, носит скорее популярно-публицистический характер, чем научный.

Из имеющихся научных публикаций следует обратить внимание на исследования инвестиционного [14], предпринимательского [15] и бытового [16] поведения японцев, отношения к сбережениям [17] и банкам [18], а также исследования японцев как потребителей [19]. В контексте данного анализа интересна статья, посвященная отношению японской молодежи к работе, будущему, компетенциям [20], в которой выявлены серьезные изменения в ценностях и образе жизни нового поколения в Японии, проявляющиеся в том числе в экономической сфере.

Дефицит публикаций в данном направлении усиливает актуальность результатов настоящего исследования.

**Метод.** Исследование проводилось на сходных выборках студентов региональных российского и японского университетов. Объем выборки составил 208 человек: 119 обучающихся в возрасте от 18 до 23 лет из России, из которых 46 юношей, 73 девушки; 89 студентов-японцев в возрасте от 18 до 24 лет, из которых 43 юноши, 46 девушек. Все респонденты обучаются по очной форме на факультетах гуманитарного направления: российские студенты – представители факультетов права, экономики, управления, журналистики, Евразии и Востока; японские – факультетов общественных и гуманитарных наук (Liberal Arts and Social Study).

Методический инструментарий соответствовал эмпирическим задачам исследования, которые включали: 1) сравнение воспринимаемого экономического благополучия (субъективного уровня доходов) у японских и российских студентов; 2) сравнительный анализ структуры экономических установок у молодых представителей России и Японии; 3) поиск специфики отдельных экономических установок у обучающихся двух стран.

Основной методикой в исследовании выступал предложенный нами шкальный многофакторный опросник диагностики экономических установок [21]. Для его использования на японской выборке выполнен прямой и обратный перевод утверждений на японский язык при участии экспертов факультета Евразии и Востока Челябинского государственного университета. Проверка на внутреннюю согласованность и надежность показала приемлемый результат на японской выборке (коэффициент альфа Кронбаха = 0,809). Следовательно, применение данного опросника на японской выборке позволяет прогнозировать результаты с высокой степенью достоверности.

Кроме данного опросника, в исследовании использовалась шкала уровня субъективного дохода Фенэма в адаптации О.С. Дейнека [22]. Респондентам предлагалось оценить уровень своего дохода по 7-балльной шкале (1 – свожу концы с концами, 7 – очень высокий).

Математико-статистическую обработку данных проводили с использованием статистического пакета SPSS 21.0. В целях сравнения элементов экономического сознания в двух выборках применяли t-критерий Стьюдента. Для выявления структуры экономических установок обращались к эксплораторному факторному анализу по методу главных компонент с варимакс-вращением.

**Результаты.** В рамках решения первой задачи проведено сравнение субъективных оценок воспринимаемого уровня дохода у японских и российских студентов. Результаты показали, что японцы значимо ниже оценивают свой уровень дохода, несмотря на объективно более высокий уровень жизни в стране (таблица 1).

**Таблица 1 – Результаты сравнительного анализа субъективного уровня дохода у респондентов российской и японской выборки**

| Показатель                  | M                  |                  | t    | p     |
|-----------------------------|--------------------|------------------|------|-------|
|                             | Российская выборка | Японская выборка |      |       |
| Субъективный уровень дохода | 3,26               | 2,60             | 3,68 | 0,000 |

Полученные данные можно интерпретировать с учетом особенностей восприятия экономического статуса студентов в двух странах. В то время как российские обучающиеся при оценке уровня дохода ассоциируют себя с семьей, даже если физически живут отдельно (т. е. рассматривают и анализируют чаще свой доход исходя из уровня дохода родителей), японцы определяют свой уровень дохода индивидуально, без привязки к семейному. Поэтому, несмотря на возможные подработки, уровень их личного дохода довольно скромный, особенно в сопоставлении с уровнем цен на питание и жилье в этом государстве.

Для решения второй задачи, в целях исследования особенностей структуры экономических установок у русских и японских студентов, выполнен эксплораторный факторный анализ методом главных компонент с варимакс-вращением. Результаты факторизации, приведенные в таблице 2 и 3, демонстрируют сходство и различия в структуре экономических установок у студенческой молодежи России и Японии.

Факторный анализ позволил выделить в структуре экономических установок российских студентов четыре фактора (см. таблицу 2). При этом готовность инвестировать, рациональность покупок и осознание социальной ответственности богатства не вошли ни в один из них со значимыми нагрузками, а отношение к предпринимателям представлено в двух факторах с разными знаками.

**Таблица 2 – Факторная структура экономических аттитюдов  
(на материале исследования российской студенческой молодежи)**

| Показатель   | Факторная нагрузка |
|--|--------------------|
| <b>Фактор экономических амбиций</b><br>(Доля объясненной дисперсии – 13,9 %)                                 |                    |
| Экономические амбиции  | .773               |
| Ценность самостоятельных экономических достижений  | .679               |
| Значимость финансового статуса   | .623               |
| Потребительская активность   | .545               |
| Финансовый оптимизм  | .492               |
| Осознание потребительской иррациональности   | .455               |
| Негативное отношение к предпринимателям  | -.407              |
| <b>Фактор рационального экономического планирования</b><br>(Доля объясненной дисперсии – 10,5 %)             |                    |
| Уверенность в будущем благодаря сбережениям  | .780               |
| Финансовая грамотность   | .717               |
| Финансовый оптимизм  | .482               |
| Потребительское удовлетворение   | .451               |
| Активность, рациональность в банковской сфере  | .428               |
| <b>Фактор социального сравнения на основе материальных ценностей</b><br>(Доля объясненной дисперсии – 8,4 %) |                    |
| Негативное отношение к предпринимателям  | .577               |
| Познавательная экономическая активность  | .530               |
| Приоритет заработка в ущерб здоровью   | .437               |
| Приоритет заработка в ущерб призванию  | .430               |
| Стремление к сбережению  | .429               |
| Интерес к сфере недвижимости   | .425               |
| <b>Фактор финансовой неграмотности</b><br>(Доля объясненной дисперсии – 8,3 %)                               |                    |
| Инвестиционная неграмотность   | .666               |
| Недоверие к банкам   | .661               |

*Примечание.* Здесь и в таблице 3 рядом с названием факторов приведены вес или собственные значения факторов, напротив параметров – факторные нагрузки.

Первым по весу является фактор *экономических амбиций*. В него с наибольшими факторными нагрузками вошли экономические амбиции на фоне социального сравнения, ценность самостоятельных экономических достижений, значимость финансового статуса. Несколько меньше нагрузки таких признаков фактора, как потребительская активность, финансовый оптимизм, осознание потребительской иррациональности и позитивное отношение к предпринимателям. Можно предположить, что данный фактор выступает отражением аттитюдов активно настроенной амбициозной части молодежи, которая разделяет ценности самостоятельных экономических достижений и свободного предпринимательства, намерена собственными усилиями зарабатывать деньги и осознанно их тратить.

Второй фактор – *экономического планирования* – отражает общность уверенности в будущем благодаря сбережениям, финансовой грамотности, финансового оптимизма, активности и рациональности в выборе банковских услуг, потребительского удовлетворения. Таким образом, в основе экономического сознания российских студентов, планирующих будущее и делающих финансовые сбережения, лежат финансовые знания; молодые люди данного типа рациональны, стремятся быть в курсе ситуации на рынке недвижимости, удовлетворены собственным финансовым положением и с оптимизмом смотрят в будущее.

Определяющей в третьем факторе – *социального сравнения на основе материальных ценностей* – является негативная установка по отношению к предпринимателям как людям, готовым преступить моральные нормы ради собственной выгоды. Данная установка сочетается, с одной стороны, с активностью в экономической сфере, с другой – со стремлением заработать, даже жертвуя здоровьем и призванием. В этот же фактор вошло стремление к сберегательному поведению. Психологическое содержание фактора заключается в том, что молодые люди с высоким уровнем познавательной экономической активности, готовые работать, жертвуя здоровьем и призванием, стремятся накапливать сбережения, однако одновременно с этим осуждают предпринимателей. Вероятно, рассматриваемый фактор отражает экономическое сознание наемного работника, вынужденного адаптироваться к неблагоприятным экономическим условиям.

В четвертом факторе – *финансовой неграмотности* – находит выражение сочетание, с одной стороны, признака инвестиционной неграмотности, с другой – недоверия к банкам. Вероятно, российские студенты, не разбирающиеся в вопросах инвестирования, не готовы доверять банкам сбережения.

Далее проанализирована структура экономических аттитюдов у представителей студенческой молодежи Японии (см. таблицу 3). Как видно, факторный анализ позволил выделить в структуре экономических аттитюдов японских студентов также четыре фактора. Параметры в структуре распределились в целом равномерно. В отличие от результатов, полученных на российской выборке, в структуру аттитюдов у японцев вошли все показатели опросника. При этом несколько из них оказались в разных факторах с примерно равнозначным весом.

**Таблица 3 – Факторная структура экономических аттитюдов (на материале исследования японской студенческой молодежи)**

| Показатель   | Факторная нагрузка |
|--|--------------------|
| <b>Фактор значимости финансового статуса</b><br>(Доля объясненной дисперсии – 13,7 %)                                |                    |
| Значимость финансового статуса   | .796               |
| Осознание потребительской иррациональности   | .665               |
| Приоритет заработка в ущерб призванию  | .627               |
| Интерес к сфере недвижимости   | .553               |
| Экономические амбиции  | .472               |
| Ценность самостоятельных экономических достижений  | .460               |
| <b>Фактор финансовой грамотности и экономических амбиций</b><br>(Доля объясненной дисперсии – 12,6 %)                |                    |
| Финансовая грамотность   | .710               |
| Приоритет заработка в ущерб здоровью   | .620               |
| Уверенность в будущем благодаря сбережениям  | .619               |
| Экономические амбиции  | .583               |
| Негативное отношение к предпринимателям  | .581               |
| Инвестиционная неграмотность   | -.408              |
| <b>Фактор позитивных аттитюдов в сфере потребления на основе сбережений</b><br>(Доля объясненной дисперсии – 12,5 %) |                    |
| Стремление к сбережению  | .708               |
| Рациональность покупок   | .641               |
| Социальная ответственность богатства   | .625               |
| Ценность самостоятельных экономических достижений  | .580               |
| Потребительская активность   | .572               |
| Потребительское удовлетворение   | .522               |
| Активность, рациональность в банковской сфере  | .457               |
| <b>Фактор экономической активности и оптимизма</b><br>(Доля объясненной дисперсии – 11,9 %)                          |                    |
| Познавательная экономическая активность  | .730               |
| Финансовый оптимизм  | .573               |
| Недоверие к банкам   | .571               |
| Активность и рациональность в банковской сфере   | .529               |
| Интерес к сфере недвижимости   | .496               |
| Готовность инвестировать   | .461               |

Первым по весу является фактор *значимости финансового статуса*, поскольку с наибольшей факторной нагрузкой в него вошло уважение к финансовому статусу (0.796). Кроме того, фактор сформировали осознание потребительской иррациональности, желание зарабатывать даже вопреки призванию, интерес к сфере недвижимости; с меньшим вкладом – экономические амбиции и ценность самостоятельных экономических достижений. Психологическое содержание фактора позволяет предположить, что, с точки зрения японских студентов, чтобы иметь высокий финансовый статус, необходимо найти высокооплачиваемую работу, даже если она не является твоим призванием. Полученный результат согласуется с традиционной картиной мира японцев, для которых характерно трудолюбие, базирующееся на буддистской концепции ценности труда как такового, а не его результата [23]. При этом японцы позволяют обществу определять свое призвание – быть на том месте, где он (или она) нужнее для социума. В их менталитет под влиянием мифологии и учений, лежавших в основе воинских искусств и ремесел, вошли уважение к стратегии как некоему универсальному принципу бытия и чувство общественных обязательств или долга [24]. Представители этого типа студентов осознают иррациональность экономического поведения, считая, что большинство товаров и услуг навязываются рекламой и модой, при этом они предпочитают быть в курсе цен на рынке недвижимости, даже если не планируют в ближайшее время ничего покупать.

В целом структура анализируемого фактора схожа с таковой первого фактора у российских студентов, однако если у россиян, судя по вкладу, фактор формируют прежде всего экономические амбиции при социальном сравнении, то у японцев – сам факт высокого финансового статуса, благополучия и достатка. Можно также предположить, что в России финансовое благополучие связано с уже достигнутым уровнем (например, в семье), в то время как у японцев оно ассоциируется с упорным трудом.

Второй фактор назван фактором *финансовой грамотности и экономических амбиций*. В нем объединились финансовая и инвестиционная грамотность, экономические амбиции в сочетании с желанием работать за большую заработную плату даже в ущерб здоровью и уверенность в будущем благодаря накопленным сбережениям. Кроме того, сюда вошло негативное отношение к предпринимателям. Данный фактор можно сопоставить с третьим фактором на российской выборке, отражающим психологию наемного работника (сравнивающего себя с предпринимателями), однако в японском варианте экономические амбиции подкреплены финансовой грамотностью, в то время как у российских студентов финансовая грамотность обуславливает стремление к сбережениям (второй фактор).

Третий фактор – *позитивных аттитюдов в сфере потребления на основе сбережений* – отражает общность рациональности и активности в потребительском поведении, удовлетворения в этой сфере со стремлением к сбережениям, рациональностью в банковской сфере, ценностью самостоятельных экономических достижений и пониманием того, что богатство должно быть связано с социальной ответственностью. Таким образом, данный фактор выражает общность позитивных установок в области потребления и сбережений, а также веры в личные усилия для достижения финансового успеха. Вероятно, этот фактор связан с «гармоничностью» экономического сознания у молодых японцев, в котором рациональное потребление соседствует со сбережениями, личными усилиями и готовностью жертвовать. Для сравнения, на русской выборке потребительская активность связана с экономическими амбициями (первый фактор).

В четвертом факторе – *экономической активности и оптимизма* – находят отражение различные виды экономической активности (познавательная активность, рациональная активность в сфере потребления банковских услуг, интерес к сфере недвижимости), а также финансовый оптимизм и готовность инвестировать. Однако сюда же вошли условно негативные аттитюды – недоверие к банкам как к финансовым институтам. Вероятно, оптимистичное видение будущего из-за удачного инвестирования средств и экономической активности не ассоциируется у японских студентов с банковской сферой, а предполагает другие финансовые инструменты (например, инвестирование в образование и здоровье, бизнес, акции, имущество и т. д.).

Таким образом, выявлены как общие, так и особенные проявления структуры экономических аттитюдов у российских и японских студентов.

В рамках решения третьей задачи – уточнения специфики экономических аттитюдов российской и японской студенческой молодежи – проведен сравнительный анализ с помощью t-критерия Стьюдента, результаты которого приведены в таблице 4. Как видно, значимые различия обнаружены по большинству исследуемых показателей. Полученный результат можно рассматривать как доминирование культурно-специфических факторов при отражении экономических реалий над универсальными, обусловленными глобализационными процессами.

**Таблица 4 – Результаты сравнительного анализа экономических аттитюдов у респондентов из российской и японской выборки**

| Показатель   | M                  |                  | t      | p     |
|--|--------------------|------------------|--------|-------|
|  | Российская выборка | Японская выборка |        |       |
| <i>Рациональность покупок</i>                            | 3,8                | <b>4,4</b>       | -2,932 | 0,004 |
| <i>Потребительское удовлетворение</i>                    | 4,0                | <b>5,2</b>       | -2,920 | 0,000 |
| <i>Стремление к сбережению</i>                           | <b>5,4</b>         | 4,7              | 4,664  | 0,006 |
| <i>Уверенность в будущем благодаря сбережениям</i>       | <b>3,2</b>         | 2,7              | -4,711 | 0,031 |
| <i>Финансовая грамотность</i>                            | <b>3,9</b>         | 2,6              | 2,804  | 0,000 |
| Потребительская активность                               | 5,2                | 4,8              | 2,754  | 0,113 |
| Готовность инвестировать                                 | 3,5                | 3,2              | 2,111  | 0,307 |
| <i>Активность, рациональность в банковской сфере</i>     | 5,2                | 4,6              | 2,169  | 0,014 |
| <i>Недоверие к банкам</i>                                | 3,6                | 3,1              | 6,372  | 0,008 |
| <i>Познавательная экономическая активность</i>           | <b>3,9</b>         | 3,0              | 6,323  | 0,000 |
| <i>Ценность самостоятельных экономических достижений</i> | <b>6,2</b>         | 5,1              | 1,557  | 0,000 |
| <i>Экономические амбиции</i>                             | <b>5,5</b>         | 3,8              | 1,594  | 0,000 |
| <i>Негативное отношение к предпринимателям</i>           | <b>3,0</b>         | 2,4              | 1,029  | 0,004 |
| <i>Интерес к сфере недвижимости</i>                      | <b>4,0</b>         | 3,0              | 1,024  | 0,000 |
| <i>Финансовый оптимизм</i>                               | <b>5,1</b>         | 3,9              | 2,443  | 0,000 |
| <i>Приоритет заработка в ущерб призванию</i>             | 4,2                | 3,5              | 2,487  | 0,007 |
| <i>Значимость финансового статуса</i>                    | <b>4,9</b>         | 3,8              | 2,560  | 0,000 |
| <i>Осознание потребительской иррациональности</i>        | <b>5,7</b>         | 4,4              | 2,668  | 0,000 |
| <i>Инвестиционная неграмотность</i>                      | 4,1                | <b>5,4</b>       | 3,797  | 0,000 |
| Социальная ответственность богатства                     | 4,2                | 4,3              | 3,901  | 0,651 |
| <i>Приоритет заработка в ущерб здоровью</i>              | <b>3,4</b>         | 2,6              | 5,018  | 0,001 |

В результате сравнительного анализа установлено, что для студентов-японцев более характерны рациональность и осознанность при покупке тех или иных товаров в отличие от российской

молодежи. Кроме того, у японской молодежи представлен более высокий уровень потребительского удовлетворения, они считают, что могут купить практически все, что им хочется. Возможно, данный факт объясняется менее высокими финансовыми запросами, что также связано с национальными традициями Японии (ограничением и уместностью в потребительском поведении).

Несмотря на то что стремление к сбережениям выражено в обеих группах, в отличие от японских студентов у представителей российской молодежи в большей степени выражено желание создавать сбережения на будущее, благодаря которым они чувствуют себя более защищенными. Возможно, в данном случае можно увидеть влияние экономического положения в стране на сознание молодых людей. Поскольку в России экономическая ситуация более подвижна, нестабильна, часто представители молодого поколения уже в студенческом возрасте задумываются о том, как обезопасить себя от резких изменений в экономике, в силу чего в большей степени склонны полагаться на сбережения, чем японская молодежь.

В целом российские студенты проявляют более высокую поисковую экономическую активность – в банковской сфере, в сфере недвижимости, а также более высокую познавательную активность в экономической области. Для юношей и девушек из России более характерна ценность самостоятельных экономических достижений, выше значимость финансового статуса, у них ярче выражены экономические амбиции и финансовый оптимизм, чем у японских обучающихся. В то же время российские респонденты проявляют больше недоверия к банкам как к финансовым институтам, у них более заметно негативное отношение к предпринимателям. Для них важен уровень заработка, они готовы работать за большой доход даже в ущерб своему здоровью или реализации личностного потенциала.

Вместе с тем следует отметить достаточно высокий уровень потребительской активности в обеих выборках, что традиционно не характерно для японцев и, следовательно, можно рассматривать как один из признаков глобализации, господства общества потребления.

Таким образом, нужно сделать вывод, что японские студенты чувствуют себя более уверенно в современном экономическом пространстве, что проявляется в высоком уровне потребительского удовлетворения. Они более осознанно и рационально подходят к приобретениям. Российские обучающиеся более тревожно ощущают себя в экономическом пространстве, это выражается в недоверии банкам, негативном отношении к предпринимательству. Для них важно делать сбережения, чтобы благодаря им чувствовать себя уверенно в будущем. В то же время они больше интересуются вопросами экономики, ценят самостоятельность экономических достижений и ставят заработную плату выше здоровья и призвания.

В полученных результатах можно проследить культурный подтекст, а именно: преобладание коллективных ценностей в японском обществе, предлагающем человеку стать конкретной социально-экономической ячейкой, что, с одной стороны, создает стабильность и уверенность для молодого человека, а с другой – в меньшей степени требует от него личных достижений и ответственности. В российской экономической действительности, напротив, на первый план выходят индивидуальные ценности, где личные достижения начинают играть главенствующую роль, а ответственность за них ложится на человека с самого начала его деятельности в качестве субъекта экономики.

**Обсуждение.** Если рассматривать результаты исследования в контексте дебатов о влиянии глобализации на культурную и экономическую составляющие сознания жителей разных стран [25], то можно говорить о проявлении как культурного влияния на экономическое сознание молодежи, так и тенденций изменения экономической культуры под влиянием глобализации. В частности, более высокие показатели экономических амбиций, экономической активности и значимости экономического статуса у российских студентов по сравнению с японскими можно объяснить усилением индивидуализации экономического сознания первых, принятием ценностей «западного рыночного мира». При этом следует учитывать, что индивидуалистическим культурам свойственны более медленные социальное созревание, достижение взрослости [26].

Японцам исторически чужда установка на индивидуализм: по выражению В. Овчинникова, они представляют «общество групп» [27, с. 123], поэтому, вероятно, в исследовании они в меньшей степени обозначили индивидуальные экономические потребности по сравнению с российскими студентами. Полученный результат согласуется с данными других авторов, отмечающих, что, несмотря на увеличение уровня индивидуализма среди японцев, у них сохраняется доминирование установок коллективизма [28].

Вместе с тем намечаются определенные сдвиги в экономическом сознании и поведении японской молодежи по сравнению с традиционной культурной линией. Так, для японцев еще не так давно было характерно ограничительное потребление наряду с упорным трудом и стремлением к сбережениям [29]. Однако, как показывают результаты исследования, активность в области потребления у молодых японцев выражена на уровне выше среднего, и в этом они практически не уступают россиянам, что подтверждается и в ряде других работ [30]. В то же время стремление к сбережениям, готовность полагаться на них в будущем у японской молодежи выражена слабее, чем у россиян. Это наблюдение входит в определенное противоречие с результатами исследований, демонстрирующими увеличение склонности к сберегательному поведению у японцев как вследствие стагнации экономического развития [31], так и исторически [32]. Тем не менее, если принять во внимание

возраст обследованной нами выборки, можно предположить, что снижение склонности к берегательному поведению свойственно именно молодежи (в отличие от лиц старшего возраста).

Более высокая рациональность в потребительском поведении японцев не противоречит выделяемой рациональности в целом как их национальной черте [33], а также находит отражение в других исследованиях [34] с учетом ситуативных факторов. Авторы подчеркивают, что после финансового кризиса потребители в Японии становятся более рациональными и чувствительными к цене.

Данные об изменении экономического поведения молодых японцев под влиянием глобализационных процессов подтверждают Й. Учида и В. Норасакункит [35]. Авторы делают вывод, что в Японии под давлением экономической стагнации в постиндустриальной экономике возрастает число молодых людей, которые маргинализированы в социально-экономической сфере. Ученые выявили три связанных фактора риска в молодежной среде: предпочтение сознательно принимать решение не работать, несмотря на доступность работы; отсутствие самокомпетентности; неясные стремления к будущему [36]. Результаты выполненного нами исследования также указывают на более низкую оценку собственных компетенций в сфере экономики и финансов у японских студентов в отличие от российских.

**Выводы.** Кросс-культурное исследование выявило ряд значимых различий в структуре экономических установок студентов в России и Японии, которые в целом можно объяснить различием экономических условий и культуры.

Во-первых, следует говорить о том, что у россиян сформированы в большей степени негативные предпринимательские установки по сравнению с таковыми японских респондентов. Вероятнее всего, данное различие можно объяснить более устойчивой экономикой Японии, известной как «японское чудо», предполагающей высокий уровень корпоративной культуры.

Во-вторых, при одинаковой ценности финансового благополучия у российских и японских студентов выявлены различные концепты в структуре экономических установок, также объясняющие реалии экономической жизни обеих стран. Например, если у российских обучающихся проявилась общность значимости финансового благополучия с амбициями человека в экономической сфере, то у японцев финансовое благополучие ассоциировано с упорным трудом и активностью, а амбиции подкреплены финансовой грамотностью.

В-третьих, в результатах исследования нашли отражение определенные культурные особенности экономического сознания, приобретенные статус национальных стереотипов, например у японцев трудолюбие и ориентация на групповое поведение, а у россиян желание быстрых достижений и отрицательные установки к предпринимательству.

В-четвертых, выявлены значимые различия экономических установок у российской и японской студенческой молодежи, которые отражают различные культурно-экономические условия в данных странах. В более стабильной экономике Японии, где каждый член общества практически с рождения знает то социальное и экономическое место, которое он займет, молодежь чувствует себя более уверенно. Вместе с тем российским молодым людям приходится в большей степени рассчитывать на собственные силы, отсюда повышенная экономическая активность, стремление к сбережениям, к высокому заработку и более высокие финансовые амбиции.

Несмотря на то что исследование носит пилотный характер, выявленные в нем тенденции по-новому высвечивают некоторые аспекты современного экономического сознания молодежи в условиях глобализации и заслуживают дальнейшей разработки.

### Ссылки и примечания:

1. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-013-00201 А.
2. Соколов К.Б. «Дикая» глобализация и традиционные культуры // Традиционная культура. 2005. № 2. С. 70–79 ; Хренов Н.А. Традиционная культура в эпоху глобализации // Там же. С. 52–59.
3. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России / Ш. Шварц, Т. Бутенко, Д. Седова, А. Липатова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9, № 2. С. 43–70 ; Enomoto N. Changing Consumer Values and Behavior in Japan: Adaptation of Keio Department Store, Shinjuku // The Silver Market Phenomenon: Marketing and Innovation in the Aging Society / ed. by F. Kohlbacher, C. Herstatt. Berlin ; Heidelberg, 2011. P. 175–193. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-14338-0\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-642-14338-0_13) ; Ishii K., Kurzban R. Public Goods Games in Japan – Cultural and Individual Differences in Reciprocity // Human Nature: An Interdisciplinary Biosocial Perspective. 2008. Vol. 19, no. 2. P. 138–156. <https://doi.org/10.1007/s12110-008-9034-4> ; Kagamimori S., Gaina A., Nasermoaddeli A. Socioeconomic Status and Health in the Japanese Population // Social Science & Medicine. 2009. Vol. 68, no. 12. P. 2152–2160. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2009.03.030> ; Katayama S., Ursprung H.W. Commercial Culture, Political Culture and Economic Policy Polarization: the Case of Japan // Journal of Economic Behavior & Organization. 2004. Vol. 54, no. 3. P. 351–375. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2003.08.001>.
4. Белов А.В. Япония: экономика и бизнес. СПб., 2017. 382 с.
5. Васильковская М.И. Молодежь в контексте глобальных проблем развития мирового сообщества // Диалог культур: глобализация, традиции и толерантность : сборник статей по материалам всероссийской научно-практической онлайн-конференции. Кемерово, 2009. С. 308–310.
6. Berry J.W., Poortinga Y.H., Pandey J. Handbook of Cross-Cultural Psychology. Vol. 2. Basic Processes and Human Development. 2nd ed. Boston, MA, 1997. P. 41–68.
7. Филиппов А.В., Ковалев С.В. Психология и экономика // Психологический журнал. 1989. Т. 10, № 1. С. 22–31.
8. Вяткин А.П. Психология экономической социализации личности: субъектно-ролевой подход. Иркутск, 2010. 383 с. ; Голубева Е.В. Факторы экономической социализации младшего школьника // Актуальные вопросы современной психологии и педагогики : сборник докладов международной научной заочной конференции. Липецк, 2010. С. 187–190 ;



- Журавлев А.Л., Дробышева Т.В. Экономическая социализация формирующейся личности: теоретическая модель и экспериментальное исследование (на примере ценностных ориентаций личности) // Психологический журнал. 2011. Т. 32, № 2. С. 59–81 ; Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М., 2003. 435 с. ; Филиппов А.В., Ковалев С.В. Указ. соч.
9. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Указ. соч. ; Журавлев А.Л., Позняков В.П. Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2004. Т. 1, № 3. С. 46–64 ; Филиппов А.В., Ковалев С.В. Указ. соч. ; Чабан Д.Б. Особенности экономического сознания студенческой молодежи в связи с профессионализацией // Альманах современной науки и образования. 2014. № 8 (86). С. 173–177.
  10. Хащенко В.А. Субъективное экономическое благополучие и его измерение: построение опросника и его валидизация // Экспериментальная психология. 2011. Т. 4, № 1. С. 106–127.
  11. Furnham A. The Structure of Economic Beliefs // Personality and Individual Differences. 1987. Vol. 8, no. 2. P. 253–260. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(87\)90181-4](https://doi.org/10.1016/0191-8869(87)90181-4) ; Kaili A., Schweingruber H.A., Seefeldt K.S. Correlates of Employment among Welfare Recipients: Do Psychological Characteristics and Attitudes Matter? // American Journal of Community Psychology. 2001. Vol. 29, no. 5. P. 701–723. <https://doi.org/10.1023/a:1010413101010> ; Lewis A., Furnham A. Reducing Unemployment: Lay Beliefs about How to Reduce Current Unemployment // Journal of Economic Psychology. 1986. Vol. 7, no. 1. P. 75–85. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(86\)90013-9](https://doi.org/10.1016/0167-4870(86)90013-9).
  12. Beckmann D., Menkhoff L., Suto M. Does Culture Influence Asset Managers' Views and Behavior? // Journal of Economic Behavior & Organization. 2008. Vol. 67, no. 3–4. P. 624–643. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2007.12.001> ; Dekle R., Kletzer K. The Japanese Banking Crisis and Economic Growth: Theoretical and Empirical Implications of Deposit Guarantees and Weak Financial Regulation // Journal of the Japanese and International Economies. 2003. Vol. 17, no. 3. P. 305–335. [https://doi.org/10.1016/s0889-1583\(03\)00041-8](https://doi.org/10.1016/s0889-1583(03)00041-8).
  13. Овчинников В.В. Сакура и дуб. М., 2017. 605 с.
  14. Beckmann D., Menkhoff L., Suto M. Op. cit. ; Yoshino N., Taghizadeh-Hesary F. Monetary Policy in the Japanese Economy Incorporating Energy Prices // Monetary Policy and the Oil Market. Tokio, 2016. P. 93–106. [https://doi.org/10.1007/978-4-431-55797-5\\_6](https://doi.org/10.1007/978-4-431-55797-5_6).
  15. Стоногина Ю.Б. Время и пространство в японском бизнесе // Вестник МГИМО. 2012. № 3 (24). С. 148–152.
  16. Comparisons of Daily Behavior Across 21 Countries / E.N. Baranski, G. Gardiner, E. Guillaume, M. Aveyard, et al. // Social Psychological and Personality Science. 2017. Vol. 8, no. 3. P. 252–266. <https://doi.org/10.1177/1948550616676879>.
  17. Faruqee H., Mühleisen M. Population Aging in Japan: Demographic Shock and Fiscal Sustainability // Japan and the World Economy. 2003. Vol. 15, no. 2. P. 185–210. [https://doi.org/10.1016/s0922-1425\(02\)00017-8](https://doi.org/10.1016/s0922-1425(02)00017-8) ; James J.A., Suto I. Early Twentieth-Century Japanese Worker Saving: Precautionary Behaviour before a Social Safety Net // Cliometrica. 2011. Vol. 5, no. 1. <https://doi.org/10.1007/s11698-010-0051-2> ; Makin A.J. Saving, Productivity and National Income: a Discrete-time Geometric Framework // Japan and the World Economy. 2002. Vol. 14, no. 2. P. 233–241. [https://doi.org/10.1016/s0922-1425\(01\)00076-7](https://doi.org/10.1016/s0922-1425(01)00076-7) ; Skidmore M. Risk, Natural Disasters, and Household Savings in a Life Cycle Model // Ibid. 2001. Vol. 13, no. 1. P. 15–34. [https://doi.org/10.1016/s0922-1425\(00\)00056-6](https://doi.org/10.1016/s0922-1425(00)00056-6).
  18. James J.A., Suto I. Op. cit.
  19. Nagayasu J. Inflation and Consumption of Nontradable Goods: Global Implications from Regional Analyses // International Review of Economics & Finance. 2017. Vol. 48. P. 478–491. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2017.01.004> ; Synodinos N.E. Understanding Japanese Consumers: Some Important Underlying Factors // Japanese Psychological Research. 2001. Vol. 43, no. 4. P. 235–248. <https://doi.org/10.1111/1468-5884.00181>.
  20. Uchida Y., Norasakkunkit V. The NEET and Hikikomori Spectrum: Assessing the Risks and Consequences of Becoming Culturally Marginalized // Frontiers in Psychology. 2015. Vol. 6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01117>.
  21. Дейнека О.С., Забелина Е.В. Результаты разработки шкального многофакторного опросника для экспресс-диагностики экономических аттитудов [Электронный ресурс] // Психологические исследования : электронный научный журнал. 2018. Т. 11, № 58. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2018v11n58/1555-deynea58.html> (дата обращения: 12.04.2019).
  22. Дейнека О.С. Экономическая психология: социально-политические проблемы. СПб., 1999. 239 с.
  23. Белов А.В. Указ. соч.
  24. Миямото М. Книга пяти колец. Горин-но сё. Путь стратегии. М., 2016. 190 с.
  25. Уточненная теория ... ; Enomoto N. Op. cit. ; Ishii K., Kurzban R. Op. cit. ; Kagamimori S., Gaina A., Nasermoaddeli A. Op. cit. ; Katayama S., Ursprung H.W. Op. cit.
  26. Twenge J.M., Campbell W.K. Cultural Individualism is Linked to Later Onset of Adult-Role Responsibilities across Time and Regions // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2018. Vol. 49, no. 4. P. 673–683. <https://doi.org/10.1177/0022022118764838>.
  27. Овчинников В.В. Указ. соч. С. 123.
  28. Ogihara Y. Temporal Changes in Individualism and Their Ramification in Japan: Rising Individualism and Conflicts with Persisting Collectivism // Frontiers in Psychology. 2017. Vol. 8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00695> ; Schooler C. History, Social Structure and Individualism a Cross-Cultural Perspective on Japan // International Journal of Comparative Sociology. 1998. Vol. 39, no. 1. P. 32–51.
  29. Овчинников В.В. Указ. соч. ; Makin A.J. Op. cit. ; Skidmore M. Op. cit.
  30. Enomoto N. Op. cit. ; Nagayasu J. Op. cit.
  31. Faruqee H., Mühleisen M. Op. cit.
  32. Овчинников В.В. Указ. соч. ; Makin A.J. Op. cit. ; Skidmore M. Op. cit.
  33. Sugimoto Y. An Introduction to Japanese Society. 3<sup>rd</sup> ed. Cambridge, 2010. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511781223>.
  34. Nie B.A., Zhao F., Yu J.F. The Impact of the Financial Crisis on Consumer Behavior and the Implications of Retail Revolution [Электронный ресурс] // Marketing Science Innovations and Economic Development : Proceedings of 2010 Summit International Marketing Science and Management Technology Conference. 2010. P. 487–493. URL: <http://www.seidatcollection.com/upload/product/201008/2010shcyx06a12.pdf> (дата обращения: 12.04.2019).
  35. Uchida Y., Norasakkunkit V. Op. cit.
  36. Ibid.

## References:

- Baranski, EN, Gardiner, G, Guillaume, E & Aveyard, M et al. 2017, 'Comparisons of Daily Behavior Across 21 Countries', *Social Psychological and Personality Science*, vol. 8, no. 3, pp. 252-266, <https://doi.org/10.1177/1948550616676879>.
- Beckmann, D, Menkhoff, L & Suto, M 2008, 'Does Culture Influence Asset Managers' Views and Behavior?', *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 67, no. 3-4, pp. 624-643, <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2007.12.001>.
- Belov, AV 2017, *Japan: Economy and Business*, St. Petersburg, 382 p., (in Russian).
- Berry, JW, Poortinga, YH & Pandey, J 1997, *Handbook of Cross-Cultural Psychology. Vol. 2. Basic Processes and Human*

Development, 2<sup>nd</sup> ed., Boston, MA, pp. 41-68.

Chaban, DB 2014, 'Features of the Economic Consciousness of Students in Connection with the Professionalization', *Al'manakh sovremennoy nauki i obrazovaniya*, no. 8 (86), pp. 173-177, (in Russian).

Deineka, OS 1999, *Economic Psychology: Socio-Political Problems*, St. Petersburg, 239 p., (in Russian).

Deineka, OS & Zabelina, EV 2018, 'The Results of the Development of the School Multifactor Questionnaire for Express Diagnostics of Economic Attitudes', *Psikhologicheskkiye issledovaniya: elektronnyy nauchnyy zhurnal*, vol. 11, no. 58, viewed 12 April 2019, <<http://psystudy.ru/index.php/num/2018v11n58/1555-deyneka58.html>>, (in Russian).

Dekle, R & Kletzer, K 2003, 'The Japanese Banking Crisis and Economic Growth: Theoretical and Empirical Implications of Deposit Guarantees and Weak Financial Regulation', *Journal of the Japanese and International Economies*, vol. 17, no. 3, pp. 305-335, [https://doi.org/10.1016/s0889-1583\(03\)00041-8](https://doi.org/10.1016/s0889-1583(03)00041-8).

Enomoto, N 2011, 'Changing Consumer Values and Behavior in Japan: Adaptation of Keio Department Store, Shinjuku', F Kohlbacher & C Herstatt (eds), *The Silver Market Phenomenon: Marketing and Innovation in the Aging Society*, Berlin, Heidelberg, pp. 175-193, [https://doi.org/10.1007/978-3-642-14338-0\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-642-14338-0_13).

Faruqee, H & Mühleisen, M 2003, 'Population Aging in Japan: Demographic Shock and Fiscal Sustainability', *Japan and the World Economy*, vol. 15, no. 2, pp. 185-210, [https://doi.org/10.1016/s0922-1425\(02\)00017-8](https://doi.org/10.1016/s0922-1425(02)00017-8).

Filippov, AV & Kovalev, SV 1989, 'Psychology and Economics', *Psikhologicheskiiy zhurnal*, vol. 10, no. 1, pp. 22-31, (in Russian).

Furnham, A 1987, 'The Structure of Economic Beliefs', *Personality and Individual Differences*, vol. 8, no. 2, pp. 253-260, [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(87\)90181-4](https://doi.org/10.1016/0191-8869(87)90181-4).

Golubeva, EV 2010, 'Factors of Economic Socialization of the Younger Student', *Aktual'nyye voprosy sovremennoy psikhologii i pedagogiki: sbornik dokladov mezhdunarodnoy nauchnoy zaochnoy konferentsii*, Lipetsk, pp. 187-190, (in Russian).

Ishii, K & Kurzban, R 2008, 'Public Goods Games in Japan – Cultural and Individual Differences in Reciprocity', *Human Nature: An Interdisciplinary Biosocial Perspective*, vol. 19, no. 2, pp. 138-156, <https://doi.org/10.1007/s12110-008-9034-4>.

James, JA & Suto, I 2011, 'Early Twentieth-Century Japanese Worker Saving: Precautionary Behaviour before a Social Safety Net', *Cliometrica*, vol. 5, no. 1, <https://doi.org/10.1007/s11698-010-0051-2>.

Kagamimori, S, Gaina, A & Nasermoaddeli, A 2009, 'Socioeconomic Status and Health in the Japanese Population', *Social Science & Medicine*, vol. 68, no. 12, pp. 2152-2160, <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2009.03.030>.

Kalil, A, Schweingruber, HA & Seefeldt, KS 2001, 'Correlates of Employment among Welfare Recipients: Do Psychological Characteristics and Attitudes Matter?', *American Journal of Community Psychology*, vol. 29, no. 5, pp. 701-723, <https://doi.org/10.1023/a:1010413101010>.

Katayama, S & Ursprung, HW 2004, 'Commercial Culture, Political Culture and Economic Policy Polarization: the Case of Japan', *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 54, no. 3, pp. 351-375, <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2003.08.001>.

Khashchenko, VA 2011, 'Subjective Economic Well-Being and Its Measurement: The Construction of the Questionnaire and Its Validation', *Ekspierimentalnaya psikhologiya*, vol. 4, no. 1, pp. 106-127, (in Russian).

Khrenov, NA 2005, 'Traditional Culture in the Era of Globalization', *Traditsionnaya kul'tura*, no. 2, pp. 52-59, (in Russian).

Lewis, A & Furnham, A 1986, 'Reducing Unemployment: Lay Beliefs about How to Reduce Current Unemployment', *Journal of Economic Psychology*, vol. 7, no. 1, pp. 75-85, [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(86\)90013-9](https://doi.org/10.1016/0167-4870(86)90013-9).

Makin, AJ 2002, 'Saving, Productivity and National Income: a Discrete-time Geometric Framework', *Japan and the World Economy*, vol. 14, no. 2, pp. 233-241, [https://doi.org/10.1016/s0922-1425\(01\)00076-7](https://doi.org/10.1016/s0922-1425(01)00076-7).

Miyamoto, M 2016, *The Book of the Five Rings. Gorin-no syo. Path Strategy*, Moscow, 190 p., (in Russian).

Nagayasu, J 2017, 'Inflation and Consumption of Nontradable Goods: Global Implications from Regional Analyses', *International Review of Economics & Finance*, vol. 48, pp. 478-491, <https://doi.org/10.1016/j.iref.2017.01.004>.

Nie, BA, Zhao, F & Yu, JF 2010, 'The Impact of the Financial Crisis on Consumer Behavior and the Implications of Retail Revolution', *Marketing Science Innovations and Economic Development: Proceedings of 2010 Summit International Marketing Science and Management Technology Conference*, pp. 487-493, viewed 12 April 2019, <<http://www.seidatacollection.com/upload/product/201008/2010shcyx06a12.pdf>>.

Ogihara, Y 2017, 'Temporal Changes in Individualism and Their Ramification in Japan: Rising Individualism and Conflicts with Persisting Collectivism', *Frontiers in Psychology*, vol. 8, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00695>.

Ovchinnikov, VV 2017, *Sakura and Oak*, Moscow, 605 p., (in Russian).

Schooler, C 1998, 'History, Social Structure and Individualism a Cross-Cultural Perspective on Japan', *International Journal of Comparative Sociology*, vol. 39, no. 1, pp. 32-51.

Shvarts, Sh, Butenko, T, Sedova, D & Lipatova, A 2012, 'Refined Theory of Basic Individual Values: Application in Russia', *Psikhologiya. Zhurnal Vyshey shkoly ekonomiki*, vol. 9, no. 2, pp. 43-70, (in Russian).

Skidmore, M 2001, 'Risk, Natural Disasters, and Household Savings in a Life Cycle Model', *Japan and the World Economy*, vol. 13, no. 1, pp. 15-34, [https://doi.org/10.1016/s0922-1425\(00\)00056-6](https://doi.org/10.1016/s0922-1425(00)00056-6).

Sokolov, KB 2005, "'Wild' Globalization and Traditional Cultures", *Traditsionnaya kul'tura*, no. 2, pp. 70-79, (in Russian).

Stonogina, YuB 2012, 'Time and Space in the Japanese Business', *Vestnik MGIMO*, no. 3 (24), pp. 148-152, (in Russian).

Sugimoto, Y 2010, *An Introduction to Japanese Society*, 3<sup>rd</sup> ed., Cambridge, <https://doi.org/10.1017/cbo9780511781223>.

Synodinos, NE 2001, 'Understanding Japanese Consumers: Some Important Underlying Factors', *Japanese Psychological Research*, vol. 43, no. 4, pp. 235-248, <https://doi.org/10.1111/1468-5884.00181>.

Twenge, JM & Campbell, WK 2018, 'Cultural Individualism is Linked to Later Onset of Adult-Role Responsibilities across Time and Regions', *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 49, no. 4, pp. 673-683, <https://doi.org/10.1177/0022022118764838>.

Uchida, Y & Norasakkunkit, V 2015, 'The NEET and Hikikomori Spectrum: Assessing the Risks and Consequences of Becoming Culturally Marginalized', *Frontiers in Psychology*, vol. 6, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01117>.

Vasilkovskaya, MI 2009, 'Youth in the Context of Global Problems of the Development of the World Community', *Dialog kul'tur: globalizatsiya, traditsii i tolerantnost': sbornik statey po materialam vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy onlayn-konferentsii*, Kemerovo, pp. 308-310, (in Russian).

Vyatkin, AP 2010, *Psychology of the Economic Socialization of the Individual: the Subject-Role Approach*, Irkutsk, 383 p., (in Russian).

Yoshino, N & Taghizadeh-Hesary, F 2016, 'Monetary Policy in the Japanese Economy Incorporating Energy Prices', *Monetary Policy and the Oil Market*, Tokio, pp. 93-106, [https://doi.org/10.1007/978-4-431-55797-5\\_6](https://doi.org/10.1007/978-4-431-55797-5_6).

Zhuravlev, AL & Drobysheva, TV 2011, 'Economic Socialization of an Emerging Personality: A Theoretical Model and an Experimental Study (Using the Value Orientations of an Individual as an Example)', *Psikhologicheskiiy zhurnal*, vol. 32, no. 2, pp. 59-81, (in Russian).

Zhuravlev, AL & Kupreichenko, AB 2003, *Moral Psychological Regulation of Economic Activity*, Moscow, 435 p., (in Russian).

Zhuravlev, AL & Poznyakov, VP 2004, 'Economic Psychology: Theoretical Problems and Areas of Empirical Research', *Psikhologiya. Zhurnal Vyshey shkoly ekonomiki*, vol. 1, no. 3, pp. 46-64, (in Russian).