

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Социально-психологические характеристики потребителей, выбирающих разные способы избавления от старых вещей

Волженкина И.А.¹, Воробьева А.Е.²

¹ Государственный академический университет гуманитарных наук, Москва, Россия

² Институт психологии РАН, Москва, Россия

Изучение способов избавления от старых вещей является актуальной темой в современном обществе, где накопление материальных объектов и потребительское поведение играют важную роль. Целью данного исследования является выявление социально-психологических характеристик, связанных с выбором потребителями различных способов избавления от вещей в конце цикла их использования. В исследовании приняли участие 167 респондентов. В качестве методик были использованы: тест-опросник «Шкала финансовой тревожности личности» (Т.В. Дробышева, В.А. Садов), шкала «Суверенность вещей» из опросника «Суверенность психологического пространства» (С.К. Нартова-Бочавер), шкала экологической ответственности из опросника экологического сознания В.И. Панова, краткая версия опросника ценностных ориентаций Ш. Шварца (TIVI, «Десятипунктный опросник ценностей») [Sandy et al., 2016], авторская анкета про способы утилизации старых вещей. Рассматриваются такие способы утилизации, как выбрасывание, сохранение, продажа, передача конкретным людям, передача на благотворительность, ремонт, переработка. Также старые вещи были разделены на несколько категорий (одежда, обувь, электроника, украшения/аксессуары, вещи для хобби). По результатам исследования было выявлено, что выбор способа утилизации старых вещей связан с финансовой тревожностью, уровнем экологической ответственности, уровнем привязанности к вещам, ценностями, полом, возрастом, уровнем образования и местом проживания (город, дом/квартира), а также наличием дополнительного места для хранения. Наше исследование может способствовать разработке эффективной программы утилизации старых вещей, которая будет учитывать различия в потребностях различных групп населения, что позволит повысить эффективность утилизации старых вещей.

Ключевые слова: способ утилизации, ответственное потребление, финансовая тревожность, экологическая ответственность, суверенность вещей, ценностные ориентации

Введение

Потребительское поведение давно вышло за рамки удовлетворения базовых/жизненно необходимых потребностей, приобрело социальный смысл и стало неотъемлемой частью человеческого существования [Smart, 2010]. Практически каждый день люди используют различные товары для удовлетворения личных потребностей. В.В. Радаев [Радаев, 2005] определяет такое поведение как потребление. А с развитием массового производства потребительская культура окрепла и обрела решающую экономическую и социальную значимость [Тихадзе, Курилова, 2011]. Благодаря этому, наше общество можно назвать обществом потребления.

Общество потребления устанавливает свои ценности и нормы, ставя материальное в приоритет [Логунова, 2014]. Новый темп экономической жизни постоянно приводит к появлению новых потребителей, вещей, методов производства, технологий и форм организаций. Количество товаров и услуг, производимых и потребляемых по всему миру, продолжает увеличиваться по мере того, как все большая часть населения планеты стремится к потребляющему образу жизни, который преобладает в «сверхразвитых» и «сверхпотребляющих» странах [Renner, 2004]. Рост потребления повлек за собой и появление интереса исследователей к изучению этой проблемы. Изучение потребительского поведения заключается в анализе того, как потребители в целом принимают решение потратить свои ресурсы, то есть время, деньги и усилия, на покупку товаров. Так, Дж.А. Робертс [Roberts, 1995] ввел термин «социально ответственные потребители» — те, кто покупают вещи, оказывающие положительное (или менее негативное) воздействие на окружающую среду, и делают выбор в пользу предприятий, которые пытаются добиться соответствующих позитивных социальных изменений. Это определение включает в себя два аспекта: заботу об окружающей среде и более общее социальное беспокойство. Фоксолл [Foxall, 1993] рассматривает потребительское поведение как тенденцию; модель, которой следуют потребители и которая соответствует их предыдущим действиям. Кроме того, Фоксолл отметил, что потребительское поведение включает в себя не только привычки, ресурсы, но и процесс использования и утилизации вещей.

Благодаря возможности выбора различных способов освобождения от вещей потребители больше не являются последним звеном в производственной цепочке. Потребители играют ключевую роль в замыкании цикла, восстанавливая, перерабаты-

вая или повторно используя вещи в новых производственных циклах в рамках экономической активности. Такому поведению способствуют: чувство причастности, которое заключается в личном удовлетворении за счет принятия ответственных решений, влияющих на окружающую среду; доступ к информации, способствующей повышению экологической осведомленности; давление со стороны общества [Liu, Yang, 2020]; озабоченность своим здоровьем; стремление к экономике замкнутого круга (уменьшение количества отходов, ограничение поведения, приводящего к загрязнению окружающей среды, и применение принципа 3R: reduce, reuse, and recycle) [Prieto-Sandoval, 2022; Fielding, Hornsey, 2016].

Важным решением в процессе утилизации вещей потребителями является выбор способа утилизации. На это влияют различные социально-психологические характеристики потребителей. Поэтому важно изучить факторы, которые учитываются потребителем при выборе способа утилизации вещей. Люди выбирают различные способы утилизации для разных категорий вещей, но в целом можно говорить об устойчивости избранного способа для той или иной категории [Шабанова, 2024]. Окончание использования вещей может включать в себя такие действия, как выбрасывание, перепродажа, передача, дарение или хранение вещей без использования.

Можно выделить несколько видов потребительского поведения при избавлении от вещей:

1. Прямое выбрасывание

Избавление от вещей, которые вышли из употребления, путем выбрасывания их вместе со смешанными отходами. Прямое выбрасывание предметов считается безответственным поведением, поскольку оно прекращает срок службы изделия и приводит к потере материалов или элементов, которые могут быть извлечены при его переработке.

2. Хранение

Хранение устройств дома даже после того, как потребитель прекратил их использование. Оно может быть предназначено для последующего использования или для выполнения функции, отличной от первоначального назначения. Хранение вещей для последующего использования является ответственным поведением, поскольку оно помогает продлить срок службы изделия. Однако предметы, не используемые после хранения, становятся «спящими запасами», что приводит к накоплению перерабатываемых материалов.

3. Перепродажа

Обмен вещи, которая все еще сохраняет свою способность функционировать, за деньги или любую другую выгоду, которая может быть измерена в денежном эквиваленте. Перепродажа рассматривается как ответственное поведение, поскольку она возвращает вещь в экономику и продлевает срок ее службы. Потребитель воспринимает вещь как некую «ценность», даже если он перестал ею пользоваться.

4. Дарение

Передача права собственности на постоянной основе другому человеку, например, члену семьи, родственнику или другу, или пожертвование на благотворительность, без какого-либо денежного вознаграждения. Потребители с высоким уровнем ностальгии проявляют большую склонность к дарению [Kim, Childs, 2021]. По причинам, аналогичным перепродаже, передача вещи также рассматривается как ответственное поведение. Однако мотивы, лежащие в их основе, могут быть разными.

5. Возврат

Возврат электронного устройства или вещи производителю, дилеру или переработчику в соответствии с инструкциями, приведенными в руководстве пользователя электронного устройства. Возврат устройства обеспечивает надлежащую переработку и, следовательно, считается ответственным поведением.

Также стоит добавить к ранее выделенным видам потребительского поведения при избавлении от вещей ремонт. Ремонт нельзя в полной мере отнести к одному из вышеперечисленных способов, так как владелец вещи не меняется, однако вещь продолжает использоваться, хотя ее могли бы выбросить или оставить на хранение. По данным опроса НАФИ, в 2023 году 23 % россиян относили обувь в ремонт, а не выбрасывали [Национальное агентство финансовых исследований, 2023].

На сегодняшний день можно говорить о тенденции к переходу от материалистических стремлений к экологическим, появлению рационального «зеленого потребления». Начиная с 90-х гг. XX в. [Логунова, 2014], когда произошло снижение покупательской активности, стали появляться новые тенденции, ведущие к более скромному стилю жизни. Причинами этого могли стать как экономическое давление, так и экологические проблемы. Однако уже в настоящее время появляется все больше книг и веб-сайтов, созданных с целью

помощи потребителям сделать выбор в пользу «зеленых» продуктов. Растущее число продуктов, представленных на рынке в качестве «экологически чистых», может свидетельствовать о том, что производители и потребители реагируют должным образом на современные интересы общества. Но покупка «зеленого» продукта не является достаточно эффективным ответом на масштабные и серьезные экологические проблемы. Важны способы уменьшения потребления и способы утилизации, относящиеся не только к «зеленым» продуктам, но и к другим тоже.

В настоящее время существует целый ряд форм экономической организации, ориентированных на уменьшение потребления, и связанного с ними образа жизни. Например, движение за осознанное стремление к упрощению способа существования (отказ от чрезмерного потребления товаров, большего, чем необходимо для простой жизни), активное использование платформы freecycle по обмену вещами, продвижение фригаизма (обмен ресурсами без использования денег), создание эко-деревень, а также участие в ежегодных акциях «День без покупок» и «Неделя без телевидения» [Smart, 2010].

Таким образом, в сфере исследований потребительского поведения чаще уделяется внимание поведению покупателя при совершении покупки, а не поведению потребителя после приобретения вещей. Работы зарубежных ученых, нацеленные на изучение поведения при утилизации, преимущественно рассматривают его с позиции экологической и/или экономической проблемы. В то время как в отечественной социальной и экономической психологии поведение потребителей при утилизации вещей мало изучено.

Целью настоящего исследования является поиск социально-психологических характеристик, связанных с выбором различных способов избавления от вещей потребителями в конце цикла их использования. В соответствии с целью были сформулированы гипотезы исследования.

Ощущение удовлетворения, которое люди получают от своего финансового состояния, влияет на их экономический и потребительский выбор, производительность труда, физическое и психическое здоровье [Gasiągowska, 2014]. А беспокойство о финансах может привести к материалистическим наклонностям, которые можно рассматривать как одну из форм жадности [Trzcíńska, Sekścińska, 2021]. Исследования М. Зеленберга [Zeelenberg, 2020] дают основания утверждать, что жадность

является мотивом для чрезмерного накопления. В соответствии с этим, нами была сформулирована первая гипотеза:

Гипотеза 1. Люди с высоким уровнем финансовой тревожности склонны к сохранению и перепродаже старых вещей.

Люди, которые ориентированы на уважение и заботу об окружающей среде, более экологичны в своем поведении [Fraj, Martinez, 2006]. Также наблюдается положительная связь между осведомленностью потребителей об окружающей среде и пожертвованиями текстиля [Morgan, Birtwistle, 2009]. Это означает, что потребители, которые беспокоятся об окружающей среде, с большей вероятностью приложат усилия для утилизации своей одежды таким образом, чтобы не нанести вред окружающей среде. Но также наблюдается «негативный spillover-эффект» [Truelove и др.], когда одно про-экологическое действие или установка может привести к менее экологичному поведению в другой области. На этом основании мы сформулировали вторую гипотезу:

Гипотеза 2. Люди с выраженной экологической ответственностью склонны к отправлению старых вещей на переработку, к перепродаже и безвозмездной передаче (конкретным людям и на благотворительность).

Вещи могут быть определены как несущие автобиографическую и нарративную ценность, потому что связывают потребителей с событиями из жизни, различным временем и достижениями [Kleine, Baker, 2004]. У потребителя может формироваться связь с имуществом, а при утилизации происходит физическое и эмоциональное отчуждение от имущества [Lastovicka, Fernandez, 2005]. Таким образом, они могут дистанцироваться не только от предмета, но и от прежней идентичности или нежелательного «я» [Roster, 2001]. Дистанцирующее поведение может выражаться в хранении без использования [Roster, 2001]. Из этого выводится наша следующая гипотеза:

Гипотеза 3. Люди с выраженным уровнем привязанности к вещам (низкой суверенностью вещей) склонны к сохранению и ремонту старых вещей.

Вместе, убеждения, установки и субъективные нормы связаны с намерениями и последующим поведением [Ajzen, Fishbein, 1977]. Ценностные ориентации конкретного человека могут играть роль в степени подчинения убеждениям окружения. Например, модель альтруистического поведения подчеркивает социальные нормы как основу

для личных норм и убеждений, которые, в свою очередь, влияют на альтруистическое поведение [Schwartz, 1977; Stern, 2000]. Проэкологические установки формируются из убеждений и ценностей индивида, связанных с отношениями между человеком и окружающей средой, на которые влияют нормы [Stern, 2000]. Конформизм, стремление соответствовать социальным нормам группы помогают принимать общественно одобряемое поведение, такое как переработка и экологическая ответственность. Ценности доброжелательности и универсализма подразумевают заботу о других и окружающей среде, что отражается в предпочтении отдавать вещи нуждающимся, передавать на благотворительность или отдавать на переработку для восстановления ресурсов [Zhao, Huang, 2024]. Поэтому мы выдвинули четвертую гипотезу:

Гипотеза 4. В зависимости от предпочитаемых ценностных ориентаций люди выбирают разные способы избавления от вещей, в частности: стремление к традиции и безопасности связано с сохранением и ремонтом старых вещей; ориентация на ценности доброжелательности и универсализма связана с передачей старых вещей конкретным людям, на благотворительность и на переработку; конформность связана со стремлением отдавать старые вещи на переработку; стремление к власти связано с перепродажей старых вещей.

В уже существующих исследованиях пытались профилировать тех, кто перерабатывает и не перерабатывает ненужные вещи, используя демографические переменные, такие как возраст, пол, образование, уровень дохода. Была обнаружена положительная связь между возрастом и пожертвованиями в благотворительные организации. С. Батлер и С. Фрэнсис [Butler, Francis, 1997] обнаружили, что возраст положительно связан с поведением потребителей, выступающих за вторичную переработку. Но связь возраста с экологическими установками прослеживается не во всех странах, например, у австралийских респондентов такая тенденция есть, а у китайских — нет [Bianchi, Birtwistle, 2012]. Помимо возраста, стоит учитывать образ жизни: при изучении поведения при утилизации обнаружилось, что те, кто склонны выбрасывать бытовую технику, а не использовать другие методы утилизации (например, сохранять или отдавать конкретным людям), были моложе и придерживались образа жизни, при котором выбрасывают все неисправные приборы и не хранят их в доме в расчете на последующее использование, продажу или дарение [Thøgersen, Grunert-Beckmann, 1997]. Вопреки распространенному

мнению о том, что молодые люди, скорее всего, будут больше вовлечены в переработку отходов, некоторые исследователи приходят к выводу, что люди среднего и старшего возраста более склонны к переработке отходов [Vining, Ebreo, 1990; Meneses, Palacio, 2005; Saphores et al., 2006]. Женщины берут на себя больше задач по переработке отходов, чем мужчины [Meneses, Palacio, 2005]. Т. Аркури с коллегами [Arcury, Scollay, 1987] отмечают, что женщины ассоциируются с задачами по переработке отходов, поскольку традиционно домашние дела были женской долей. Дж. Сафорес с соавторами [Saphores et al., 2006] обнаружили, что женщины охотнее сдают электронные отходы в пункты приема. Однако другие исследования не выявили никакой связи между полом и переработкой [Gamba, Oskamp, 1994; Werner, Makela, 1998]. Взаимосвязь между образованием и переработкой отходов также неоднозначна. Высшее образование повышает готовность к переработке отходов в исследовании Дж. Сафореса с коллегами [Saphores et al., 2006], однако в ряде других исследований результаты показывают, что образование не делает существенного вклада в изменение поведения при переработке отходов [Vining, Ebreo, 1990; Oskamp et al., 1991; Gamba, Oskamp, 1994; Meneses, Palacio, 2005]. Некоторые исследования выявили положительную связь между уровнем дохода и вовлеченностью в переработку отходов [Vining, Ebreo, 1990; Oskamp et al., 1991; Gamba, Oskamp, 1994]. Поэтому наша пятая гипотеза сформулирована следующим образом:

Гипотеза 5. Социально-демографические характеристики (пол, возраст, уровень дохода, место проживания, наличие места для хранения) взаимосвязаны с выбором способов утилизации. А именно: женщины чаще мужчин отдают старые вещи конкретным людям, на переработку, благотворительность или сохраняют их, а мужчины чаще выбрасывают; с возрастом респонденты чаще выбирают выбрасывание старых вещей и реже — их сохранение, перепродажу, или передачу конкретным лицам; более высокий уровень дохода связан с меньшей склонностью к сохранению старых вещей и большей склонностью к их переработке и перепродаже; жители частных домов проявляют большую склонность к передаче вещей на благотворительность по сравнению с жителями квартир; жители регионов России проявляют большую склонность к передаче вещей на благотворительность по сравнению с жителями мегаполиса; отсутствие дополнительного места для хранения вещей уменьшает вероятность сохранения ненужных вещей.

Процедура и методика исследования

Выборка

Рекрутирование респондентов в исследование происходило путем размещения ссылки на форму онлайн-опроса в русскоязычных тематических открытых группах «ВКонтакте» (например, «Отдам БЕСПЛАТНО ДАРОМ Красноярск», «Отдам даром САЛАВАТ»), где представлены объявления о бесплатной передаче вещей или перепродаже. Участие в исследовании было анонимным, материального или иного вознаграждения респондентам не предполагалось, таким образом, мотивация респондентов, прошедших опрос, была альтруистической и/или развлекательной.

В нашем исследовании приняли участие 167 респондентов, из них 71 мужчина и 96 женщин, в возрасте от 18 до 64 лет (средний возраст — 28 лет). Возрастная группа от 18 до 30 лет составила 71,3 % выборки, группа среднего возраста (31-50 лет) — 22,2 %, группа от 51 до 60 лет — 6,6 %. Группа с уровнем дохода «не хватает денег даже на еду» составила 1,2 % выборки, «на продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает затруднения» — 15 %, «денег хватает на продукты и одежду, но покупка крупной бытовой техники является для нас затруднительной» — 41,3 %, «можем без труда приобретать крупную бытовую технику, но покупка нового легкового автомобиля была бы затруднительной» — 33,5 %, «хватает доходов на новый легковой автомобиль, однако покупка квартиры или дома (иной недвижимости) является затруднительной» — 6,6 %, «нет материальных затруднений» — 2,4 %. По уровню образования респонденты распределились следующим образом: 12 % — среднее общее образование, 9 % — среднее специальное, неоконченное высшее образование — у 36,5 %, а полное высшее — у 37,1 %, несколько высших образований и/или ученая степень — у 5,4 %. По характеристикам места проживания 73,3 % выборки — жители Москвы; 92,2 % проживают в квартире и 7,8 % — в частном доме; 22,8 % не имеют дополнительного места для хранения вещей, остальные 77,2 % располагают дополнительным пространством.

Методики

1) Для анализа выбора способа избавления от вещей было сформулировано 6 вопросов о частоте использования того или иного способа избавления от старых вещей (сохранение, отправка на переработку, перепродажа, безвозмездная передача, ре-

монт, выбрасывание) отдельно для одежды, электроники, обуви, аксессуаров, вещей для хобби. Под термином «старые» понимались вещи в пригодном к использованию состоянии, но вышедшие из моды, имеющие мелкие дефекты, не влияющие на функциональность, надоевшие и т. п. Это определение было представлено респондентам.

2) Тест-опросник «Шкала финансовой тревожности личности» [Дробышева, Садов, 2021].

3) Шкала «Суверенность вещей» из опросника «Суверенность психологического пространства» [Нартова-Бочавер, 2014].

4) Шкала экологической ответственности из опросника экологического сознания В.И. Панова [Панов и др., 2012].

5) Краткая версия опросника ценностных ориентаций Ш. Шварца (TIVI, «Десятипунктный опросник ценностей») [Sandy et al., 2017].

6) Для фиксации социально-демографических характеристик выборки использовались вопросы относительно пола, возраста, уровня образования, уровня доходов респондентов, места проживания (квартира или частный дом), наличия дополнительного места для хранения вещей (например, балкон, дача, гараж).

Сбор данных проводился в формате онлайн-опроса на базе Google Forms. Все респонденты были уведомлены о том, что исследование проводится в научных целях и его результаты будут представлены в квалификационной работе и публикациях в научных периодических изданиях. Данные были собраны в период ноябрь 2023 г. – апрель 2024 г. Статистическая обработка данных проводилась с помощью IBM SPSS Statistics 27. Поправка на множественную проверку гипотез не применялась, так как в нашем исследовании выполнялось индивидуальное тестирование гипотез, а не дизъюнктивное тестирование семейства гипотез [Rubin, 2021].

Результаты

Взаимосвязь между уровнем финансовой тревожности и предпочитаемым способом утилизации

Так как распределение данных отличается от нормального, для проверки гипотез использовали непараметрические критерии (коэффициент Спирмена, при $p \leq 0,05$). Для проверки наличия взаимосвязи социально-психологических факто-

ров и способов утилизации старых вещей мы использовали критерий Спирмена (Приложение, таблица 1). Были получены статистически значимые прямые слабые корреляции финансовой тревожности с сохранением обуви, аксессуаров, электроники и одежды. Таким образом наша первая гипотеза частично подтвердилась: люди с финансовой тревожностью склонны сохранять старые вещи.

Дополнительно мы оценили различия между респондентами с разным уровнем финансовой тревожности по критерию Краскала–Уоллиса. Обнаружено, что люди со средней и высокой финансовой тревожностью более склонны к сохранению старых вещей: обуви ($p = 0,003$), аксессуаров ($p = 0,008$), электроники ($p = 0,018$), одежды ($p = 0,004$).

Взаимосвязь между экологической ответственностью и предпочитаемым способом утилизации

Были получены статистически значимые корреляции (Приложение, таблица 1) общего уровня экологической ответственности с передачей конкретным людям старой обуви и старой одежды. Экологическая ответственность также связана с перепродажей старой одежды и вещей для хобби. Переработка старой электроники и старых вещей для хобби коррелируют с уровнем экологической ответственности. Ремонт старых вещей для хобби также оказался связан с общим уровнем экологической ответственности. Аксессуары, в отличие от других категорий старых вещей, исследуемых нами, экологически ответственные люди чаще просто выбрасывают.

По полученным результатам наша вторая гипотеза подтверждается. Люди с выраженным уровнем экологической ответственности склонны ремонтировать, перепродавать, перерабатывать и передавать конкретным людям, на благотворительность старые вещи.

Взаимосвязь между эмоциональной привязанностью к вещам и предпочитаемым способом утилизации

Суверенность вещей отрицательно коррелирует (Приложение, таблица 1) с ремонтом старой обуви, одежды и с передачей конкретным людям старых аксессуаров. Не обнаружено статистически значимых корреляций между суверенностью вещей и сохранением старых вещей. Наша третья гипотеза частично подтвердилась: ремонт некоторых категорий старых вещей (обуви и одежды) связан с низким уровнем суверенности вещей

(эмоциональной привязанностью к вещам), а сохранение старых вещей не связано с уровнем суверенности вещей.

Взаимосвязь между ценностями и предпочитаемым способом утилизации

Результаты корреляционного анализа связи ценностных ориентаций и предпочитаемых способов утилизации представлены в Приложении, таблица 2.

Была найдена прямая корреляция ориентации на ценность традиций и ремонта аксессуаров. Корреляций этой ценностной ориентации с выбрасыванием и сохранением не было обнаружено. Кроме того, нами были получены дополнительные результаты: ориентация на ценность традиций взаимосвязана с передачей конкретным людям старой обуви и старой электроники, передачей на благотворительность старой одежды и вещей для хобби, передачей на переработку старых аксессуаров.

Ценность безопасности имеет обратную связь с сохранением старых вещей: обуви, электроники, одежды. Также была выявлена взаимосвязь ценности безопасности и выбрасывания старой обуви.

Кроме того, было выявлено, что ценностная ориентация доброжелательности связана с выбором передачи конкретным людям старых вещей: обуви, аксессуаров, электроники, одежды, вещей для хобби. Мы также получили значимую прямую корреляцию ценности доброжелательности с передачей на благотворительность вещей для хобби и обратную связь с выбрасыванием старой одежды.

Не обнаружено статистически значимых корреляций между ценностью власти и перепродажей старых вещей. Однако была обнаружена прямая связь ценности власти с передачей конкретным людям старых аксессуаров и обратная — с передачей на благотворительность старой электроники.

Не обнаружено статистически значимых корреляций между ценностью конформизма и переработкой старых вещей. Но было выявлено, что ценность конформизма коррелирует с передачей конкретным людям старой обуви и старой электроники.

Не обнаружено статистически значимых корреляций между ценностью универсализма, переработкой и ремонтом старых вещей.

Таким образом, четвертая гипотеза частично подтвердилась: стремление к традиции связано с ремонтом отдельных категорий вещей (аксессуара-

ров), ориентация на доброжелательность связана с передачей старых вещей конкретным людям (все указанные категории вещей) и на благотворительность (только вещи для хобби), но не обнаружена связь ценности универсализма с каким-либо способом избавления от вещей, ценность конформизма не связана с переработкой, ценность власти не связана с перепродажей, а ценность безопасности имеет обратные связи с сохранением некоторых категорий старых вещей (обувь, одежда, электроника) и не связана с ремонтом.

Как дополнительные результаты было обнаружено, что ценность стимуляции коррелирует с передачей старых аксессуаров конкретным людям; ценность гедонизма имеет прямые корреляции с продажей старой одежды и передачей на переработку вещей для хобби. При ценности самостоятельности люди выбирают ремонт старых вещей (обуви, аксессуаров, электроники, вещей для хобби), а также сохранение старых аксессуаров и продажу старой одежды. Ценность достижения обратно связана с передачей на благотворительность старой электроники и вещей для хобби.

Взаимосвязь между социально-демографическими характеристиками и предпочитаемым способом утилизации

Основываясь на ранее проведенных исследованиях зарубежных авторов [Butler, Francis, 1997; Bianchi, Birtwistle, 2012; Vining, Ebreo, 1990; Meneses, Palacio, 2005; Saphores et al., 2006], мы проверили наличие взаимосвязей между способами утилизации старых вещей и социально-демографическими характеристиками респондентов (Приложение, таблица 1).

Было выявлено, что с возрастом люди реже сохраняют старую обувь, одежду, электронику и вещи для хобби. Выявлена отрицательная связь возраста респондентов с их готовностью продавать старую электронику и вещи для хобби, отдавать конкретным людям старые вещи для хобби. С возрастом люди чаще начинают просто выбрасывать старую электронику.

Также наблюдается обратная корреляция между уровнем образования и сохранением старой одежды.

С уровнем дохода обратно связано сохранение старых вещей: обуви, аксессуаров, электроники, одежды, вещей для хобби. Дополнительно мы использовали критерий Краскала–Уоллиса для проверки различий между группами с разным уровнем дохода. Тенденцию к сохранению старых вещей

показывает группа с уровнем дохода «не хватает денег даже на еду»: обуви ($p = 0,002$), аксессуаров ($p = 0,028$), электроники ($p = 0,048$), одежды ($p = 0,001$). Группа с уровнем доходов «материальных затруднений не испытываем; при необходимости можем купить квартиру, дом (иную недвижимость)» отдает на переработку обувь ($p = 0,021$) и старые вещи для хобби ($p = 0,043$). Тенденцию к ремонту старых аксессуаров показывают группы с уровнем дохода «не хватает денег даже на еду» и «материальных затруднений не испытываем; при необходимости можем купить квартиру, дом (иную недвижимость)» ($p = 0,015$). Люди с уровнем дохода «хватает доходов на новый легковой автомобиль, однако покупка квартиры или дома (иной недвижимости) является для нас затруднительной» чаще других перепродают старую электронику ($p = 0,010$).

Для того чтобы выявить различия в выборе способа утилизации между людьми, проживающими в Москве и проживающими в регионах, нами в случайном порядке были извлечены 20 ответов москвичей и сопоставлены с 20 ответами жителей регионов (куда вошли жители Воркуты, Сочи, Краснодар, Самары, Тамбова, Ростова-на-Дону, Санкт-Петербурга, Ярославля, Иркутска, Тюмени, Воронежа, Новосибирска, г. Клинцы Брянской обл.). Анализ по U критерию Манна–Уитни показал тенденцию к тому, что жители регионов чаще отдают старую электронику на благотворительность ($U = 274,0$, $p = 0,046$), старые вещи для хобби на благотворительность ($U = 274,0$, $p = 0,043$) и продают старые аксессуары ($U = 285,0$, $p = 0,021$).

Для того чтобы выявить возможные различия в выборе способа утилизации между людьми, имеющими дополнительное место для хранения вещей и не имеющими его, нами в случайном порядке были извлечены 38 ответов людей, имеющих дополнительное место для хранения, и сопоставлены с 38 ответами людей, не обладающих дополнительным пространством. По результатам анализа была выявлена тенденция к сохранению обуви ($U = 455,5$, $p = 0,003$), электроники ($U = 462,5$, $p = 0,005$), одежды ($U = 467,0$, $p = 0,004$) и вещей для хобби ($U = 467,5$, $p = 0,006$) у людей, не имеющих дополнительного места. Также наблюдается тенденция к переработке аксессуаров у людей, имеющих дополнительное место для хранения ($U = 840,0$, $p = 0,037$). И есть тенденция сдавать на переработку одежду у людей, не имеющих дополнительного места для хранения ($U = 561,0$, $p = 0,038$).

Для того чтобы выявить различия в выборе спо-

соба утилизации между жильцами квартир и людьми, проживающими в частных домах, нами в случайном порядке были извлечены 13 ответов жителей квартир и сопоставлены с 13 ответами обитателей частных домов. По результатам расчетов обнаружена тенденция к передаче на благотворительность обуви ($U = 132,5$, $p = 0,012$) и электроники у жителей частных домов ($U = 125,5$, $p = 0,034$).

Также мы провели сравнение способов избавления от старых, ненужных вещей у мужчин и женщин по U критерию Манна–Уитни. Женщины чаще мужчин отдают ненужную обувь конкретным людям ($U = 4492,5$, $p = 0,001$). Аналогичная ситуация со старыми аксессуарами: женщины чаще сохраняют их ($U = 4043,5$, $p = 0,033$) или отдают конкретным людям ($U = 4289,0$, $p = 0,002$). По отношению к одежде женщины, в отличие от мужчин, предпочитают отдавать ее на переработку ($U = 3880,5$, $p = 0,05$) или конкретным людям ($U = 4491,0$, $p = 0,001$). Мужчины активнее женщин выбрасывают старую одежду ($U = 2713,5$, $p = 0,015$). Вещи для хобби женщины нередко отдают на благотворительность ($U = 3925,5$, $p = 0,016$) или же передают конкретным людям ($U = 4117,0$, $p = 0,016$).

Таким образом, наша пятая гипотеза подтвердилась: пол респондентов связан с выбрасыванием (мужчины), передачей на благотворительность или конкретным людям, сдачей на переработку и хранением (женщины) старых вещей; возраст связан с сохранением, перепродажей, передачей конкретным людям (более младшие), выбрасыванием (более старшие); с уровнем дохода связаны сохранение (при низком доходе), сдача на переработку, перепродажа (при высоком доходе), ремонт (крайние группы по уровню доходов, характерно только для одной категории вещей); уровень образования связан только с сохранением одежды (более низкий); место проживания связано с предпочтением передачи на благотворительность (жители частных домов, жители регионов), сохранением (при отсутствии дополнительного места для хранения) и сдачей на переработку (в зависимости от категории вещи).

Обсуждение результатов

Первая гипотеза частично подтвердилась, люди с финансовой тревожностью склонны сохранять старые вещи, но не перепродавать их. Вероятно, перепродажа — не столь хороший способ для поддержания своего финансового положения, так

как занимает много времени, и вещи, уже бывшие в использовании, не пользуются спросом или не приносят достаточно большие суммы в личный бюджет [Фиоктистова, 2022]. А так как мотивация потребителей продавать одежду определяется ценностью их ненужной одежды для других людей [Claudio, 2007], это может быть препятствием в выборе данного способа утилизации.

Люди с выраженным уровнем экологической ответственности склонны ремонтировать, перепродавать, перерабатывать и передавать конкретным людям, на благотворительность старые вещи. Этот результат соответствует данным исследования Х. Джоунга и Х. Парк-Поапса [Joung, Park-Poaps, 2013]. Аксессуары, в отличие от других старых вещей, исследуемых нами, экологически ответственные люди чаще просто выбрасывают. Это может быть связано, в том числе, с трудностями переработки драгоценных металлов, из-за которых только специализированные компании занимаются такого рода переработкой. Это может усложнять утилизацию экологически ответственными способами, что согласуется с исследованиями зарубежных авторов [Phulwani, 2021].

Ценностная ориентация на традиции взаимосвязана с ремонтом, передачей конкретным людям, передачей на благотворительность, переработкой. Предположительно, экологическое движение уже стало обыкновенной частью жизни нашего общества (например, появление просветительской деятельности об экологии в школах и университетах, рост популярности «экологически чистых» продуктов), поэтому сменились и традиционные способы утилизации [Бушкова-Шиклина, Мусихина, 2020].

Ценность безопасности имеет обратную связь с сохранением старых вещей. Вероятно, это связано с формулировкой в использованной нами методике вопроса, относящегося к ценности безопасности: «Для него важны чистота и порядок. Он терпеть не может беспорядка.». Порядок мог восприниматься респондентами как отсутствие ненужных вещей.

Люди с ценностной ориентацией доброжелательности отдают старые вещи конкретным людям, передают на благотворительность и не выбрасывают [Vecina et al., 2013]. Просоциальные ценностные ориентации в первую очередь связывают с пожертвованиями [Morgan, Birtwistle, 2009; Joung, Park-Poaps, 2013].

Отсутствие корреляции между ценностью власти и перепродажей старых вещей может быть связа-

но с тем, что занятие перепродажей старых вещей не рассматривается как престижный способ заработка, соответственно, оно не повышает статус и не увеличивает контроль. Прямую связь ценности власти с передачей конкретным людям и обратную связь с передачей на благотворительность можно объяснить тем, что, передавая вещи конкретному человеку, можно улучшить с ним отношения, тем самым укрепляя свое положение в обществе, в то время как благотворительность зачастую является анонимным мероприятием и не работает на укрепление положения в обществе [Khalil et al., 2020].

Ценность достижения обратно связана с передачей старых вещей на нужды благотворительности. Участие в благотворительной деятельности для людей с такой ценностной ориентацией не является способом получения поощрения от окружающих [Geng et al., 2022].

Связь конформизма с передачей старых вещей конкретным людям может проявляться из-за того, что цена вещей и желание проявить уважение к окружающим играют роль в выборе данного способа утилизации по отношению к старой обуви и электронике [Östlin et al., 2009].

С возрастом люди реже сохраняют старые вещи, и при этом молодые люди также предпочитают перепродавать или отдавать конкретным людям старые вещи. Подобный результат противоречит данным исследования 1997 года [Thøgersen, Grunert-Beckmann, 1997], но это может быть связано с тем, что прошло уже 27 лет, и модели поведения поколений изменились, а также могут проявляться культурные различия разных стран.

С возрастом люди чаще начинают просто выбрасывать старую электронику, т. е. по результатам настоящего исследования молодежь придерживается более социально ответственного поведения при утилизации данной категории вещей, что согласуется с работой С. Батлера и С. Фрэнсиса [Butler, Francis, 1997].

Тенденцию передачи жителями регионов старой одежды на благотворительность можно объяснить преобладанием в столице благотворительных организаций, принимающих преимущественно деньги, тогда как в регионах практика пожертвования вещей более распространена. Помимо этого, поиск благотворительной организации, ознакомление с правилами передачи вещей на благотворительность могут занимать много времени, что не способствует выбору в пользу этого способа утилизации. А так как удобство, выгода в выборе поведения при утилизации играет свою

роль [Halvorsen, 2008; Joung, Park-Poaps, 2013], жителям Москвы с более быстрым ритмом жизни неудобна передача на благотворительность.

Сохранение старых вещей людьми, не имеющими дополнительного места для хранения, может быть связано с намерением сохранять старые вещи для последующего самостоятельного использования, ведущего к минимизации отходов [Thøgersen, Grunert-Beckmann, 1997; Tonglet et al., 2004; Barr et al., 2001]. Также мы предположили, что люди, не имеющие дополнительного места для хранения, могут иметь кроме недостаточной площади жилья и более низкий уровень дохода, однако статистический анализ не показал сопряженности этих переменных (поэтому его результаты не представлены в работе). Причины ориентации людей, не имеющих дополнительного места для хранения, на сохранение старых вещей представляют интерес для дальнейшего исследования.

Тенденция к переработке аксессуаров у респондентов с наличием дополнительного места для хранения может зависеть от цены [Östlin et al., 2009], если речь идет про драгоценные украшения. А тенденция к сдаче на переработку одежды у людей, не имеющих дополнительного места для хранения, может появляться из-за быстрого накопления вышедшей из моды одежды [Morley et al., 2006]. А так как к сдаваемой на переработку одежде меньше всего требований (не надо разделять на части, как бывает в случае с электроникой), то именно этот способ выбирают люди.

Тенденция к передаче на благотворительность обуви и электроники у жителей частных домов может быть связана с трудностями вывоза мусора, вызванными действующим с 2019 г. в России запретом самостоятельного вывоза мусора из частного сектора. Поэтому передача на благотворительность может таким образом стать более удобным и экономичным способом утилизации.

Женщины чаще мужчин придерживаются социально ответственного поведения при утилизации: хотя есть тенденция к сохранению старых аксессуаров, но все же передача конкретным людям — самый частый способ утилизации. Однако наряду с ними стоят отправление старых вещей на переработку или благотворительность, что подтверждает ранее опубликованные исследования Т. Аркури и коллег [Arcury et al., 1987] о том, что женщины обычно ассоциируются с задачами по переработке отходов, поскольку традиционно они играли большую роль в домашних делах.

Заключение

По результатам нашего исследования с выбором способа утилизации старых вещей связаны финансовая тревожность, уровень экологической ответственности, уровень суверенности вещей, ценности, пол, возраст, образование, место проживания (город, дом/квартира), наличие дополнительного места для хранения.

Теоретическая значимость и новизна исследования состоят в расширении понимания поведения потребителей в контексте утилизации разного вида старых вещей: 1) дополнение форм поведения людей при утилизации, выделенных Дж. А. Робертсом, ремонтом; 2) разделение «дарения» по тесноте взаимоотношений с конечным получателем — близкий, конкретный человек или персонализованная передача на благотворительные нужды; 3) системное рассмотрение способов утилизации разного вида старых вещей (в анализ включены семь способов утилизации (выбрасывание, сохранение, передача конкретным людям, перепродажа, переработка, ремонт, передача на благотворительность) по отношению к старой одежде, обуви, аксессуарам, электронике, вещам для хобби); выделение индивидуальных, личностных и средовых характеристик, обуславливающих выбор конкретного способа утилизации.

Ограничения

Одним из ограничений исследования является то, что все результаты получены на основе самоотчета респондентов. Также ограничением можно считать отсутствие четко (в числовом выражении) определенной частоты использования того или иного способа утилизации участниками исследования. В качестве еще одного ограничения, позволяющего выделить дальнейшие перспективы исследования, стоит указать узконаправленную, специфическую выборку настоящего исследования. В исследовании в основном принимали участие члены групп о бесплатной передаче или перепродаже вещей, что обуславливает их установки по отношению к способам избавления от вещей. В дальнейшей работе стоит учитывать это и выбрать для анализа определенные временные рамки, частоту заменить на непосредственно количество раз использования каждого способа, в выборку включать группы с разным опытом отношения к старым вещам и их утилизации.

Финансирование

Исследование выполнено в рамках Госзадания № 0138-2025-0018 «Индивидуальные и групповые психологические механизмы консолидации российского общества в условиях геополитического кризиса».

Литература

Бушкова-Шиклина Э.В., Мусихина Т.А. Экологическая культура студентов: от повседневных практик к экологической ответственности. Перспективы науки и образования, 2020, No. 2 (44), 285–295. DOI: 10.32744/pse.2020.2.22

Горц А. Экология и свобода. [Электронная версия] // Пер. А. Голова. — 1977. URL: <https://pub.wikireading.ru/26330> (Дата обращения: 17.05.24)

Дробышева Т.В., Садов В.А. Разработка тест-опросника «шкала финансовой тревожности личности» (на основе методики Р. Лихи). Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология, 2021, Т. 6, No. 2(22), 296–321. DOI: 10.38098/ipran.sep_2021_22_2_12

Логунова О.А. Общество потребления: этапы становления и развития. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики, 2014, No. 3-2(41), 125–127.

Нартова-Бочавер С.К. Новая версия опросника «суверенность психологического пространства – 2010». Психологический журнал, 2014, Т. 35, No. 3, 105–119.

НАФИ: Исследовательский проект «Цифры дня». Ваша обувь. 27.09.2023. URL: <https://nafi.ru/quizzes/218/?quiz=2> (Дата обращения: 04.05.24)

Панов В.И., Мдивани М.О., Кодесс П.Б., Лидская Э.В., Хисамбеев Ш.Р. Опросник экологического сознания. Психологическая диагностика, 2012, No. 1, 3–126.

Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы. Социологические исследования, 2005, No. 1, 5–18.

Тихазе Д.К., Курилова А.С. Вещь как объект потребления в обществе потребления. Журнал социологии и социальной антропологии, 2011, No. 5, 121–128.

Фиоктистова В.В. Экономическая эффективность переработки вторсырья. Вестник ландшафтной архитектуры, 2022, No. 30, 62–64.

Шабанова М.А. Ненужные вещи, мусорная проблема и солидарные практики российских потребителей. Экономическая социология, 2024, No. 2, 11–43.

Ajzen I., Fishbein M. Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. Psychological Bulletin, 1977, No. 84, 888–918. DOI: 10.1037/0033-2909.84.5.888

Arcury T., Scollay S., Johnson T. Sex differences in environmental concern and knowledge: the case of acid rain. Sex Roles, 1987, No. 16, 463–73. DOI: 10.1007/BF00292481

Bahro R. From Red to Green. — London: Verso, 1984.

Barr S., Gilg A.W., Ford N.J. A conceptual framework for understanding and analysing attitudes towards household-waste management. Environment and Planning, 2001, No. 33(11), 2025–2048. DOI: 10.1068/a33225

Bianchi C., Birtwistle G. Consumer clothing disposal behaviour: a comparative study. International Journal of Consumer Studies, 2012, No. 36 (3), 335–341. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2011.01011.x

Butler S.M., Francis S. The effects of environmental attitudes on apparel purchasing behaviour. Clothing and Textiles Research Journal, 1997, No. 15(2), 76–85. DOI: 10.1177/0887302x9701500202

Claudio L. Waste couture: environmental impact of the clothing industry. Environmental Health Perspectives, 2007, No. 115, 448–454. DOI: 10.1289/ehp.115-a449

Fielding K.S., Hornsey M.J. A Social Identity Analysis of Climate Change and Environmental Attitudes and Behaviors: Insights and Opportunities. Frontiers in Psychology, 2016, No. 7. DOI: 10.3389/fpsyg.2016.00121

Foxall G.R. Situated consumer behavior: a behavioral interpretation of purchase and consumption. Research in Consumer Behavior, 1993, No. 6, 113–152.

Fraj E., Martinez E. Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behaviour: an empirical analysis. Journal of Consumer Marketing, 2006, No. 23, 133–144. DOI: 10.1108/07363760610663295

Friedman B.M. The Moral Consequences of Economic Growth. Society January, 2006, No. 43, 15–22. DOI: 10.1007/BF02687365

Gamba R.J., Oskamp S. Factors influencing community residents' participation in commingled curbside recycling programs. Environment and Behavior, 1994, No. 26, 587–612. DOI: 10.1177/0013916594265001

Gasiorowska A. The relationship between objective and subjective wealth is moderated by financial control and mediated by money anxiety. Journal of Economic Psychology, 2014, No. 43, 64–74. DOI: 10.1016/j.joep.2014.04.007

Geng Y., Chen Y., Huang C., Tan Y., Zhang C., Zhu S. Volunteering, Charitable Donation, and Psychological Well-Being of College Students in China. Frontiers in Psychology, 2022, No. 12. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.790528

Halvorsen B. Effects of norms and opportunity cost of time on household recycling. Land Economics, 2008, No. 84, 501–516. DOI: 10.3368/le.84.3.501

Joung H.M., Park-Poaps H. Factors motivating and influencing clothing disposal behaviors. International Journal of Consumer Studies, 2013, No. 37(1), 105–111. DOI: 10.1111/J.1470-6431.2011.01048.X

- Khalil M., Khan S., Septianto F. Effects of Power and Implicit Theories on Donation. *Australasian Marketing Journal*, 2020, No. 28(3), 98–107. DOI: 10.1016/j.ausmj.2020.07.002
- Kim S., Childs M.L. Passion for the past: Effect of charity appeals and nostalgia on clothing donation intentions. *Journal of Consumer Behavior*, 2021, No. 20, 1179–1190. DOI: 10.1002/cb.1924
- Kleine S.S., Baker S.M. An Integrative Review of Material Possession Attachment. [Электронная версия] // *Academy of Marketing Science Review*, 2004. URL: https://www.academia.edu/70715548/An_Integrative_Review_of_Material_Possession_Attachment (Дата обращения: 04.05.24)
- Lastovicka J.L., Fernandez K.V. Three paths to disposition: The movement of meaningful possessions to strangers. *Journal of Consumer Research*, 2005, No. 31(4), 813–823. DOI: 10.1086/426616
- Liu Z., Yang J.Z. Predicting Recycling Behavior in New York State: an integrated model. *Environmental Management*, 2022, No. 70(6), 1023–1037. DOI: 10.1007/s00267-022-01708-6
- Meneses G.D., Palacio A.B. Recycling behavior: a multidimensional approach. *Environment and Behavior*, 2005, No. 37, 837–860. DOI: 10.1177/0013916505276742
- Morgan R., Birtwistle G. An investigation of young fashion consumers' disposal habits. *International Journal of Consumer Studies*, 2009, No. 33(2), 190–198. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00756.x
- Morley N., Slater S., Russell S., Tipper M., Ward G.D. Recycling of low grade clothing waste. [Электронная версия] // Oakdene Hollins, Salvation Army Trading Company, Nonwovens Innovation & Research Institute, 2006. URL: <https://www.yumpu.com/en/document/view/30929962/recycling-of-low-grade-clothing-waste-oakdene-hollins> (Дата обращения: 04.05.24)
- Östlin J., Sundin E., Björkman M. Product life-cycle implications for remanufacturing strategies. *Journal of Cleaner Production*, 2009, No. 17(11), 999–1009. DOI: 10.1016/j.jclepro.2009.02.021
- Phulwani P.R. From systematic literature review to a conceptual framework for consumer disposal behavior towards personal communication devices. *Journal of Consumer Behavior*, 2021, No. 20(5), 1353–1370. DOI: 10.1002/cb.1940
- Prieto-Sandoval V. Green marketing innovation: Opportunities from an environmental education analysis in young consumers. *Journal of Cleaner Production*, 2022, No. 363. DOI: 10.1016/j.jclepro.2022.132509
- Princen T. Consumption and its externalities: Where economy meets ecology. / T. Princen, M. Maniates and K. Conca (eds). *Confronting Consumption*. — London: MIT Press, 2002. — 23–42. DOI: 10.1162/152638001316881386
- Renner M. Moving towards a less consumptive economy / L. Starke (ed.). *State of the World 2004: Progress Towards a Sustainable Society*. A Worldwatch Institute Report. — London: Earthscan, 2004. — 96–119. DOI: 10.4324/9781315065694
- Roberts J.A. Profiling levels of socially responsible consumer behavior: A cluster analytic approach and its implications for marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1995, No. 3(4), 97–117. DOI: 10.1080/10696679.1995.11501709
- Roster C.A. Letting Go: The Process and Meaning of Dispossession in the Lives of Consumers. *Advances in Consumer Research*, 2001, No. 28, 425–30.
- Rubin M. When to adjust alpha during multiple testing: a consideration of disjunction, conjunction, and individual testing. *Synthese*, 2021, No. 199, 10969–11000. DOI: 10.1007/s11229-021-03276-4
- Sandy C.J., Gosling S.D., Schwartz S.H., Koelkebeck T. The Development and Validation of Brief and Ultrabrief Measures of Values. *Journal of Personality Assessment*, 2017, No. 99(5), 1–11. DOI: 10.1080/00223891.2016.1231115
- Saphores J.M., Nixon H., Ogunseitian O.A., Shapiro A.A. Household willingness to recycle electronic waste: an application to California. *Environment and Behavior*, 2006, No. 38, 183–208. DOI: 10.1177/0013916505279045
- Schwartz S.H. Normative influences on altruism. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1977, No. 10(1), 221–279. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60358-5
- Smart B. *Consumer Society: Critical Issues & Environmental Consequences*. — Los Angeles; London: SAGE Publications Ltd, 2010.
- Starke L. *State of the World 2008: Special Focus – Innovations for a Sustainable Economy*. A Worldwatch Institute Report on Progress Toward a Sustainable Society. — New York: W.W. Norton, 2008.
- Starke L. *State of the World 2009: Into a Warming World*. A Worldwatch Institute Report on Progress Toward a Sustainable Society. — New York: W.W. Norton, 2009.
- Starke L. *State of the World: Progress Towards a Sustainable Society*. A Worldwatch Institute Report. — London: Earthscan, 2004.
- Stern P.C. Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 2000, No. 56, 407–424. DOI: 10.1111/0022-4537.00175
- Thøgersen J., Grunert-Beckmann S.C. Values and attitude formation towards emerging attitude objects: From recycling to general, waste minimizing behavior. *Advances in Consumer Research*, 1997, No. 24(1), 182–189.
- Tonglet M., Phillips P.S., Read A.D. Using the Theory of Planned Behavior to investigate the determinants of recycling behavior: A case study from Brixworth, UK. *Resources Conservation & Recycling*, 2004, No. 41(3), 191–214. DOI: 10.1016/j.resconrec.2003.11.001
- Truelove H.B., Carrico A.R., Weber E.U., Raimi K.T., Vandenberg M.P. Positive and negative spillover of pro-environmental behavior: An integrative review and theoretical framework. *Global Environmental*



Change, 2014, No. 29, 127–138. DOI: 10.1016/j.gloenvcha.2014.09.004

Trzcińska A., Sekścińska K. Financial status and materialism – The mediating role of self-esteem. *Australian Journal of Psychology*, 2021, No. 7, 557–568. DOI: 10.1080/00049530.2021.1944315

Vecina M.L., Chacón F., Marzana M., Marta E. Volunteer engagement and institutional commitment: A motivational approach. *Spanish Journal of Psychology*, 2013, No. 41(3), 291–302. DOI: 10.1017/sjp.2013.67

Vining J., Ebreo A. What makes a recycler? A comparison of recyclers and nonrecyclers. *Environment and Behavior*, 1990, No. 22(1), 55–73. DOI: 10.1177/0013916590221003

Werner C., Makela E. Motivations and behaviors that support recycling. *Journal of Environmental Psychology*, 1998, No. 18, 373–86. DOI: 10.1006/JEVP.1998.0114

Zeelenberg M. When enough is not enough: Overearning as a manifestation of dispositional greed. *Personality and Individual Differences*, 2020, No. 165, 110–155. DOI: 10.1016/j.paid.2020.110155

Zhao Z., Huang L. Values in Action: Unveiling the Impact of Self-Transcendence and Self-Enhancement on Domestic Consumption Choices. *Behavioral Sciences*, 2024, No. 14(3). DOI: 10.3390/bs14030203

Приложения

Таблица 1

Взаимосвязь предпочитаемых способов утилизации старых вещей с социально-психологическими и социально-демографическими характеристиками (R_s Спирмена, при $p \leq 0,05$)

Категория старой вещи	Финансовая тревожность	Экологическая ответственность	Суверенность вещей	Возраст	Образование	Доход
Сохранение (обувь)	0,267***	–	–	–0,204**	–	–0,290***
Сохранение (аксессуары)	0,231**	–	–	–	–	–0,201**
Сохранение (электроника)	0,215**	–	–	–0,284***	–	–0,226**
Сохранение (одежда)	0,252***	–	–	–0,273***	–0,153*	–0,303***
Сохранение (вещи для хобби)	–	–	–	–0,303***	–	–0,195*
Передача конкретным людям (обувь)	–	0,216**	–	–	–	–
Передача конкретным людям (одежда)	–	0,155*	–	–	–	–
Передача конкретным людям (аксессуары)	–	–	–0,162	–	–	–
Передача конкретным людям (вещи для хобби)	–	–	–	–0,165*	–	–
Перепродажа (одежда)	–	0,153*	–	–	–	–
Перепродажа (вещи для хобби)	–	0,188*	–	–0,224**	–	–
Перепродажа (электроника)	–	–	–	–0,172*	–	–
Переработка (вещи для хобби)	–	0,168*	–	–	–	–
Переработка (аксессуары)	–	–	–	–	–	–
Переработка (электроника)	–	0,162*	–	–	–	–
Прямое выбрасывание (аксессуары)	–	0,159*	–	–	–	–
Прямое выбрасывание (электроника)	–	–	–	0,197*	–	–
Ремонт (вещи для хобби)	–	0,163*	–	–	–	–
Ремонт (обувь)	–	–	–0,211**	–	–	–
Ремонт (одежда)	–	–	–0,250***	–	–	–

*Примечание. Уровень значимости различий: * — $p < 0,05$; ** — $p < 0,01$; *** — $p < 0,000$; оценка по коэффициенту Спирмена. В таблице представлены результаты по итогам отдельно проведенных анализов, направленных на проверку индивидуальных гипотез.*

Таблица 2

Взаимосвязь предпочитаемых способов утилизации старых вещей с ценностями (R_s Спирмена, при $p \leq 0,05$)

Категория старой вещи	Традиции	Безопасность	Доброжелательность	Власть	Конформизм	Стимуляция	Гедонизм	Самостоятельность	Достижение
Благотворительность (одежда)	0,177*	–	–	–	–	–	–	–	–
Благотворительность (вещи для хобби)	0,154*	–	0,193*	–	–	–	–	–	–0,171*
Благотворительность (электроника)	–	–	–	–0,180*	–	–	–	–	–0,180
Передача конкретным людям (обувь)	0,254**	–	0,283**	–	0,171*	–	–	–	–
Передача конкретным людям (одежда)	–	–	0,218**	–	–	–	–	–	–
Передача конкретным людям (электроника)	0,191*	–	0,215**	–	0,172*	–	–	–	–
Передача конкретным людям (вещи для хобби)	–	–	0,229**	–	–	–	–	–	–
Передача конкретным людям (аксессуары)	–	–	0,164*	0,207**	–	0,154*	–	–	–
Перепродажа (одежда)	–	–	–	–	–	–	0,164*	0,171*	–
Переработка (вещи для хобби)	–	–	–	–	–	–	0,153*	–	–
Переработка (аксессуары)	0,205**	–	–	–	–	–	–	–	–
Прямое выбрасывание (обувь)	–	0,162*	–	–	–	–	–	–	–

Прямое вы- брасывание (одежда)	–	–	–0,183	–	–	–	–	–	–
Ремонт (вещи для хобби)	–	–	–	–	–	–	–	0,276***	–
Ремонт (ак- сессуары)	0,163*	–	–	–	–	–	–	0,235**	–
Ремонт (обувь)	–	–	–	–	–	–	–	0,183*	–
Ремонт (электрони- ка)	–	–	–	–	–	–	–	0,323***	–
Сохранение (обувь)	–	–0,271***	–	–	–	–	–	–	–
Сохранение (электрони- ка)	–	–0,227**	–	–	–	–	–	–	–
Сохранение (одежда)	–	–0,211**	–	–	–	–	–	–	–
Сохранение (аксессуа- ры)	–	–	–	–	–	–	–	0,174*	–

Примечание. Уровень значимости различий: * — $p < 0,05$; ** — $p < 0,01$; *** — $p < 0,000$. В таблице представлены результаты по итогам отдельно проведенных анализов, направленных на проверку индивидуальных гипотез.

Поступила в редакцию: 24 мая 2025 г.

Дата публикации: 27 февраля 2026 г.

Сведения об авторах

Волженкина Ирина Алексеевна. Магистрант, Факультет психологии, Государственный академический университет гуманитарных наук, Мароновский переулок, д. 26, 119049, Москва, Россия.

E-mail: greenkasya@gmail.com

Воробьева Анастасия Евгеньевна. Кандидат психологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, лаборатория социальной и экономической психологии, Институт психологии РАН, ул. Ярославская, д. 13, к. 1, 129366, Москва, Россия.

E-mail: aevorobieva@yandex.ru

Ссылка для цитирования

Волженкина И.А., Воробьева А.Е. Социально-психологические характеристики потребителей, выбирающих разные способы избавления от старых вещей. Психологические исследования. 2026. Т. 19, № 105. С. 3.

URL: <https://psystudy.ru>

Адрес статьи:

<https://doi.org/10.54359/ps.v19i105.2048>



Socio-psychological characteristics of consumers choosing different ways of getting rid of old things

Volzhenkina I.A.¹, Vorobieva A.E.²

¹ State Academic University for Humanities, Moscow, Russia

² Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

The study of ways of disposing of old possessions is a relevant topic in modern society, where the accumulation of material objects and consumer behavior play a significant role. The aim of this study was to identify socio-psychological characteristics associated with consumers' choices of different ways of disposing of possessions at the end of their use cycle. The study involved 167 respondents. The following instruments were used: the Scale of Financial Anxiety of Personality (T. V. Drobysheva, V. A. Sadov), the Sovereignty of Things scale from the Psychological Space Sovereignty Questionnaire (S. K. Nartova-Bochaver), the Environmental Responsibility scale from V. I. Panov's Environmental Consciousness Questionnaire, the short version of Schwartz's value orientations questionnaire (TIVI, Ten-Item Values Inventory) [Sandy et al., 2016], and an author-developed questionnaire assessing ways of disposing of old possessions. The following disposal methods were examined: discarding, storing, selling, giving to specific individuals, donating to charity, repairing, and recycling. Old possessions were also categorized into several groups (clothing, footwear, electronics, jewelry/accessories, and hobby-related items). The results showed that the choice of disposal method is associated with financial anxiety, level of environmental responsibility, degree of attachment to possessions, value orientations, gender, age, level of education, place of residence (urban vs. house/apartment living), and the availability of additional storage space. The findings may contribute to the development of more effective disposal programs that consider differences in the needs and characteristics of various population groups, thereby increasing the overall effectiveness of old item disposal practices.

Keywords: recycling strategy, responsible consumption, financial anxiety, environmental responsibility, sovereignty of things, value orientations

Funding

The study was carried out according to State Assignment № 0138-2024-0018 “Individual and group psychological mechanisms of consolidation of Russian society in the context of the geopolitical crisis”.

References

Ajzen I., Fishbein M. Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. *Psychological Bulletin*, 1977, No. 84, 888–918. DOI: 10.1037/0033-2909.84.5.888

Arcury T., Scollay S., Johnson T. Sex differences in environmental concern and knowledge: the case of acid rain. *Sex Roles*, 1987, No. 16, 463–73. DOI: 10.1007/BF00292481

Bahro R. *From Red to Green*. — London: Verso, 1984.

Barr S., Gilg A.W., Ford N.J. A conceptual framework for understanding and analysing attitudes towards household-waste management. *Environment and Planning*, 2001, No. 33(11), 2025–2048. DOI: 10.1068/a33225

Bianchi C., Birtwistle G. Consumer clothing disposal behaviour: a comparative study. *International Journal of Consumer Studies*, 2012, No. 36 (3), 335–341. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2011.01011.x

Bushkova-Shiklina E.V., Musikhina T.A. Ekologicheskaya kultura studentov: ot povsednevnykh praktik k ekologicheskoi otvetstvennosti. *Perspektivy nauki i obrazovaniya*, 2020, No. 2 (44), 285–295. DOI: 10.32744/pse.2020.2.22 (In Russian)

Butler S.M., Francis S. The effects of environmental attitudes on apparel purchasing behaviour. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1997, No. 15(2), 76–85. DOI: 10.1177/0887302x9701500202

Claudio L. Waste couture: environmental impact of the clothing industry. *Environmental Health Perspectives*, 2007, No. 115, 448–454. DOI: 10.1289/ehp.115-a449

Drobysheva T.V., Sadov V.A. Razrabotka test-oprosnika “shkala finansovoj trevozhnosti lichnosti” (na osnove metodiki P. Lihi). *Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya*, 2021, 6, No. 2 (22), 296–321. DOI: 10.38098/ipran.sep_2021_22_2_12 (In Russian)

Fielding K.S., Hornsey M.J. A Social Identity Analysis of Climate Change and Environmental Attitudes and Behaviors: Insights and Opportunities. *Frontiers in Psychology*, 2016, No. 7. DOI: 10.3389/fpsyg.2016.00121

Fioktistova V.V. Ekonomicheskaya effektivnost pererabotki vtorsyr'ya. *Vestnik landshaftnoy arkhitektury*, 2022, No. 30, 62–64. (In Russian)

Foxall G.R. Situated consumer behavior: a behavioral interpretation of purchase and consumption. *Research in*

Consumer Behavior, 1993, No. 6, 113–152.

Fraj E., Martinez E. Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behaviour: an empirical analysis. *Journal of Consumer Marketing*, 2006, No. 23, 133–144. DOI: 10.1108/07363760610663295

Friedman B.M. The Moral Consequences of Economic Growth. *Society* January, 2006, No. 43, 15–22. DOI: 10.1007/BF02687365

Gamba R.J., Oskamp S. Factors influencing community residents' participation in commingled curbside recycling programs. *Environment and Behavior*, 1994, No. 26, 587–612. DOI: 10.1177/0013916594265001

Gasiorowska A. The relationship between objective and subjective wealth is moderated by financial control and mediated by money anxiety. *Journal of Economic Psychology*, 2014, No. 43, 64–74. DOI: 10.1016/j.joep.2014.04.007

Geng Y., Chen Y., Huang C., Tan Y., Zhang C., Zhu S. Volunteering, Charitable Donation, and Psychological Well-Being of College Students in China. *Frontiers in Psychology*, 2022, No. 12. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.790528

Gorc A. Ekologiya i svoboda [Elektronnaya versiya] // Per. A. Golova. — 1977. URL: <https://pub.wikireading.ru/26330> (In Russian)

Halvorsen B. Effects of norms and opportunity cost of time on household recycling. *Land Economics*, 2008, No. 84, 501–516. DOI: 10.3368/le.84.3.501

Joung H.M., Park-Poaps H. Factors motivating and influencing clothing disposal behaviors. *International Journal of Consumer Studies*, 2013, No. 37(1), 105–111. DOI: 10.1111/J.1470-6431.2011.01048.X

Khalil M., Khan S., Septianto F. Effects of Power and Implicit Theories on Donation. *Australasian Marketing Journal*, 2020, No. 28(3), 98–107. DOI: 10.1016/j.ausmj.2020.07.002

Kim S., Childs M.L. Passion for the past: Effect of charity appeals and nostalgia on clothing donation intentions. *Journal of Consumer Behavior*, 2021, No. 20, 1179–1190. DOI: 10.1002/cb.1924

Kleine S.S., Baker S.M. An Integrative Review of Material Possession Attachment. *Academy of Marketing Science Review*, 2004. URL: https://www.academia.edu/70715548/An_Integrative_Review_of_Material_Possession_Attachment (Date of access: 04.05.24)

Lastovicka J.L., Fernandez K.V. Three paths to disposition: The movement of meaningful possessions to strangers. *Journal of Consumer Research*, 2005, No. 31(4), 813–823. DOI: 10.1086/426616

Liu Z., Yang J.Z. Predicting Recycling Behavior in New York State: an integrated model. *Environmental Management*, 2022, No. 70(6), 1023–1037. DOI: 10.1007/s00267-022-01708-6

Logunova O.A. Obschestvo potrebleniya: etapy stanovleniya i razvitiya. *Istoricheskie, filo-sofskie,*

politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. *Voprosy teorii i praktiki*, 2014, No. 3-2(41), 125–127. (In Russian)

Meneses G.D., Palacio A.B. Recycling behavior: a multidimensional approach. *Environment and Behavior*, 2005, No. 37, 837–860. DOI: 10.1177/0013916505276742

Morgan R., Birtwistle G. An investigation of young fashion consumers' disposal habits. *International Journal of Consumer Studies*, 2009, No. 33(2), 190–198. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00756.x

Morley N., Slater S., Russell S., Tipper M., Ward G.D. Recycling of low grade clothing waste. // Oakdene Hollins, Salvation Army Trading Company, Nonwovens Innovation & Research Institute, 2006. URL: <https://www.yumpu.com/en/document/view/30929962/recycling-of-low-grade-clothing-waste-oakdene-hollins> (Date of access: 04.05.24)

NAFI: Issledovatel'skij proekt «Cifry dnya». Vasha obuv'. 27.09.2023. URL: <https://nafi.ru/quizzes/218/?quiz=2> (Date of access: 04.05.24) (In Russian)

Nartova-Bochaver S.K. Novaya versiya oprosnika «suverenost' psihologicheskogo prostranstva – 2010». *Psihologicheskij zhurnal*, 2014, 35. No. 3, 105–119. (In Russian)

Östlin J., Sundin E., Björkman M. Product life-cycle implications for remanufacturing strategies. *Journal of Cleaner Production*, 2009, No. 17(11), 999–1009. DOI: 10.1016/J.JCLEPRO.2009.02.021

Panov V.I., Mdivani M.O., Kodess P.B., Lidskaya E.V., Khisambeev Sh.R. Oprosnik ekologi-cheskogo soznaniya. *Psihologicheskaya diagnostika*, 2012, No. 1, 3–126. (In Russian)

Phulwani P.R. From systematic literature review to a conceptual framework for consumer disposal behavior towards personal communication devices. *Journal of consumer behavior*, 2021, No. 20(5), 1353–1370. DOI: 10.1002/cb.1940

Prieto-Sandoval V. Green marketing innovation: Opportunities from an environmental education analysis in young consumers. *Journal of Cleaner Production*, 2022, No. 363. DOI: 10.1016/j.jclepro.2022.132509

Princen T. Consumption and its externalities: Where economy meets ecology. / T. Princen, M. Maniates and K. Conca (eds). *Confronting Consumption*. — London: MIT Press, 2002. — 23–42. DOI: 10.1162/152638001316881386

Radaev V.V. Sociologiya potrebleniya: osnovnye podhody. *Sociologicheskie issledovaniya*, 2005, No. 1, 5–18. (In Russian)

Renner M. Moving towards a less consumptive economy. / L. Starke (ed.). *State of the World 2004: Progress Towards a Sustainable Society. A Worldwatch Institute Report*. — London: Earthscan, 2004. — 96–119. DOI: 10.4324/9781315065694

Roberts J.A. Profiling levels of socially responsible consumer behavior: A cluster analytic approach and

its implications for marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1995, No. 3(4), 97–117. DOI: 10.1080/10696679.1995.11501709

Roster C.A. Letting Go: The Process and Meaning of Dispossession in the Lives of Consumers. *Advances in Consumer Research*, 2001, No. 28, 425–30.

Rubin M. When to adjust alpha during multiple testing: a consideration of disjunction, conjunction, and individual testing. *Synthese*, 2021, No. 199, 10969–11000. DOI: 10.1007/s11229-021-03276-4

Sandy C.J., Gosling S.D., Schwartz S.H., Koelkebeck T. The Development and Validation of Brief and Ultrabrief Measures of Values. *Journal of Personality Assessment*, 2017, No. 99(5), 1–11. DOI: 10.1080/00223891.2016.1231115

Saphores J.M., Nixon H., Ogunseitan O.A., Shapiro A.A. Household willingness to recycle electronic waste: an application to California. *Environment and Behavior*, 2006, No. 38, 183–208. DOI: 10.1177/0013916505279045

Schwartz S.H. Normative influences on altruism. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1977, No. 10(1), 221–279. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60358-5

Shabanova M.A. Nenuzhnye veshchi, musornaya problema i solidarnye praktiki rossiyskikh potrebiteley. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2024, No. 2, 11–43. (In Russian)

Smart B. *Consumer Society: Critical Issues & Environmental Consequences*. — Los Angeles; London: SAGE Publications Ltd, 2010.

Starke L. *State of the World 2008: Special Focus – Innovations for a Sustainable Economy. A Worldwatch Institute Report on Progress Toward a Sustainable Society*. — New York: W.W. Norton, 2008.

Starke L. *State of the World 2009: Into a Warming World. A Worldwatch Institute Report on Progress Toward a Sustainable Society*. — New York: W.W. Norton, 2009.

Starke L. *State of the World: Progress Towards a Sustainable Society. A Worldwatch Institute Report*. — London: Earthscan, 2004.

Stern P.C. Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 2000, No. 56, 407–424. DOI: 10.1111/0022-4537.00175

Thøgersen J., Grunert-Beckmann S.C. Values and attitude formation towards emerging attitude objects: From recycling to general, waste minimizing behavior. *Advances in Consumer Research*, 1997, No. 24(1), 182–189.

Tihaze D.K., Kurilova A.S. Veshch' kak ob'ekt potrebleniya v obshchestve potrebleniya. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii*, 2011, No. 5, 121–128. (In Russian)

Tonglet M., Phillips P.S., Read A.D. Using the Theory of Planned Behavior to investigate the determinants of recycling behavior: A case study from Brixworth, UK. *Resources Conservation & Recycling*, 2004, No. 41(3), 191–214. DOI: 10.1016/j.resconrec.2003.11.001



Truelove H.B., Carrico A.R., Weber E.U., Raimi K.T., Vandenberg M.P. Positive and negative spillover of pro-environmental behavior: An integrative review and theoretical framework. *Global Environmental Change*, 2014, No. 29, 127–138. DOI: 10.1016/j.gloenvcha.2014.09.004

Trzcińska A., Sekścińska K. Financial status and materialism – The mediating role of self-esteem. *Australian Journal of Psychology*, 2021, No. 7, 557–568. DOI: 10.1080/00049530.2021.1944315

Vecina M.L., Chacón F., Marzana M., Marta E. Volunteer engagement and institutional commitment: A motivational approach. *Spanish Journal of Psychology*, 2013, No. 41(3), 291–302. DOI: 10.1017/sjp.2013.67

Vining J., Ebreo A. What makes a recycler? A comparison of recyclers and nonrecyclers. *Environment and Behavior*, 1990, No. 22(1), 55–73. DOI: 10.1177/0013916590221003

Werner C., Makela E. Motivations and behaviors that support recycling. *Journal of Environmental Psychology*, 1998, No. 18, 373–86. DOI: 10.1006/JEVP.1998.0114

Zeelenberg M. When enough is not enough: Overearning as a manifestation of dispositional greed. *Personality and Individual Differences*, 2020, No. 165, 110–155. DOI: 10.1016/j.paid.2020.110155

Zhao Z., Huang L. Values in Action: Unveiling the Impact of Self-Transcendence and Self-Enhancement on Domestic Consumption Choices. *Behavioral Sciences*, 2024, No. 14(3). DOI: 10.3390/bs14030203

Information about authors

Volzhenkina Irina Alexeevna. Master's Student, Faculty of Psychology, State Academic University for Humanities, Maronovsky lane, d. 26, 119049, Moscow, Russia.

E-mail: greenkasya@gmail.com

Vorobieva Anastasia Evgenievna. PhD in Psychology, Associate Professor, Leading Research Fellow, Laboratory of Social and Economic Psychology, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Yaroslavskaya St., d. 13, bld. 1, 129366, Moscow, Russia.

E-mail: aevorobieva@yandex.ru

For citation:

Volzhenkina I.A., Vorobieva A.E. Socio-psychological characteristics of consumers choosing different ways of getting rid of old things. *Psikhologicheskie Issledovaniya*, 2026, Vol. 19, No. 105, p. 3.

<https://psystudy.ru>