

Склонность женщин и мужчин к компульсивным покупкам в зависимости от ценностных ориентаций

УДК 159.9:316.6 + 159.922 + 364-787

DOI: 10.25991/x3928-7181-6582-q

Феоктистова М. Н.,

психолог,
Россия, Москва,
m.feoktistova2018@yandex.ru

Корж Е. М.,

кандидат
психологических наук,
доцент,
доцент кафедры
педагогики и психологии
МГИК, доцент кафедры
консультативной
психологии
НОЧУ ВО «Московский
институт психоанализа»,
Россия, Москва,
kem_66@mail.ru

Аннотация

В данной статье представлены результаты исследования склонности личности к компульсивным покупкам в зависимости от ценностных ориентаций. Склонность к компульсивным и навязчивым покупкам, а также аддиктивному потребительскому поведению возрастает с увеличением значимости материальных благ для личности. Личность, ориентированная на материалистические ценности, имеет высокую предрасположенность к компульсивному потреблению. В статье раскрываются особенности проявлений склонности к компульсивным покупкам женщин и мужчин.

Ключевые слова: склонность к компульсивным покупкам, аддикция, зависимость от шопинга, ценности компульсивной личности, ониомания.

Marina N. Feoktistova

psychologist,
Russia, Moscow,
m.feoktistova2018@yandex.ru

Elena M. Korzh

Candidate of Psychological Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Pedagogy and Psychology
at the Moscow State Institute
of Culture, Associate Professor
of the Department of Counseling
Psychology at the Moscow Institute
of Psychoanalysis,
Russia, Moscow,
kem_66@mail.ru

Для цитирования:

Феоктистова, М. Н. & Корж, Е. М.
(2026). Склонность женщин и мужчин
к компульсивным покупкам
в зависимости от ценностных
ориентаций. *Психология человека
и социальной среды*, 1(2), 40–47.
doi:10.25991/x3928-7181-6582-q

The propensity for compulsive buying in men and women depending on value orientations

Abstract

This article presents the results of a study on an individual's propensity for compulsive buying depending on their value orientations. The tendency toward compulsive and obsessive buying, as well as addictive consumer behavior, increases with the growing significance of material goods for the individual. An individual oriented toward materialistic values exhibits a high predisposition to compulsive consumption. The article explores the specific manifestations of the propensity for compulsive buying in women and men.

Keywords: propensity for compulsive buying, addiction, shopping dependence, values of the compulsive personality, oniomania.

Актуальность темы исследования обусловлена возрастающей проблемой аддитивных покупок. Стремление к совершению покупок, будь то средства гигиены, аксессуары интерьера или другие товары, присутствует в своей основе у людей с давних времен и имеет корни в существовании потребностей и желаний. Однако, с течением времени данная тенденция может стать проблемой, поскольку процесс приобретения товаров перестаёт основываться на рациональных мотивах и ликвидации реальных потребностей, а становится средством для устранения стресса, тревоги, других эмоциональных состояний или заполнения внутренней пустоты. Такое поведение, в итоге, может привести к развитию зависимости от покупок, известной как ониомания или покупательская аддикция (Сагалакова, Жирнова & Третьяков и др., 2020).

Склонность личности к компульсивным покупкам или ониомания — это форма поведенческой зависимости, когда у человека формируется неуправляемое желание и потребность совершать покупки, даже если нет реальной необходимости в продуктах или услугах. Такие люди испытывают эмоциональное напряжение и, возможно, отрицательные эмоции при отсутствии возможности совершить покупку или приложить усилия для контроля над покупательскими импульсами (Валиуллина, 2021).

Результаты исследования С. В. Тархановой и Е. М. Корж зафиксировали следующую закономерность: женщины, которые не удовлетворены браком, в большей степени склонны к накопительству и компульсивным покупкам по сравнению с теми, кто удовлетворен своим браком. Женщины, неудовлетворенные браком, склонны сохранять больше материальных ресурсов, вероятно, чтобы компенсировать неудовлетворенность в браке или как средство контроля над своей ситуацией. Подобное поведение может быть вызвано стремлением к безопасности и стабильности при отсутствии удовлетворения в браке. Помимо этого, женщины, неудовлетворенные браком, также могут испытывать необходимость компенсировать эмоциональное неудовлетворение, а также улучшить свое настроение через покупки. Это поведение может быть связано с попыткой заполнить эмоциональный пробел и получить удовлетворение от покупок, которого им не хватает в браке. Следовательно, фундаментальной основой развития компульсивного поведения является неудовлетворенность в отношениях (Тарханова & Корж, 2022).

Наличие компульсивности непосредственно вносит определенные маркеры в психологическое содержание характеристик личности. Так, например, Н. Н. Посысов, Е. А. Васильева, Л. Г. Жедунова отмечают, что у людей с компульсивным поведением преобладает постоянная фиксация на возникающих

преградах и сложностях в жизни вместо того, чтобы активно стремиться к поиску конструктивных решений. В ситуациях, когда сталкиваются с продолжительной фрустрацией, они часто отвлекаются от собственных проблем, занимаясь «отвлекающей» деятельностью. Важно отметить, что у этих людей наблюдаются противоречивые реакции на фрустрацию. Внешне они могут проявлять доброжелательность, но внутренне могут скрывать латентную агрессию. Это говорит о том, что их отношения с окружающим миром опосредованы функцией контроля. Компульсивные личности скрывают свою агрессию, выражая ее невербально, например, через интонацию, жесты и голосовую экспрессию (Жедунова, 2019).

Согласно исследованиям Н. Н. Посысова, Е. А. Васильевой и Л. Г. Жедуновой, одной из особенностей мужчин с компульсивным поведением является их убеждение в способности контролировать события и действия как свои, так и окружающего мира. Это отличает их от женщин, которые чаще склонны думать, что мир доброжелателен и окружающие люди в целом добры и им можно доверять. В целом, наблюдается общая тенденция у компульсивных индивидов преувеличивать свою способность контролировать ситуацию. Однако, несмотря на уверенность в своей способности контролировать происходящие с ними события, они на самом деле не могут контролировать удовлетворение своих навязчивых потребностей. Переоценка своих возможностей является характерной чертой нарушения поведения, которая может рассматриваться как одна из форм зависимости. Такая уверенность в способности контролировать создает конфликт между убежденностью в способности к самоконтролю и реальным срывом в поведении, что приводит к чувствам вины, стыда и самобичевания. Следовательно, у людей с компульсивным поведением существует интенция строить доброжелательные отношения с окружающим миром, однако они также переживают его враждебность, которая формируется семейной мифологией. У них возникают различные реакции на фрустрирующие события, которые мешают удовлетворению их потребностей, в результате чего фрустрационная толерантность становится важным индикатором качества их отношений с миром (Жедунова, 2019).

М. Ф. Тимербулатова, Е. М. Евтушенко и др. полагают, что компульсивной личности свойственны такие защитные механизмы как проекция, отрицание и регрессия. Проекция — это механизм, при котором индивид переносит свои нежелательные или неприемлемые мысли, чувства и желания на других людей или объекты. Отрицание следует понимать как отказ признавать существование неприятных или болезненных аспектов своей жизни или личности. Регрессия подразумевает под собой возвращение

к поведению, которое свойственно более ранним стадиям развития, чтобы избежать конфликта или стресса (Тимербулатов, Евтушенко, Халфина & Тимербулатова, 2019).

С точки зрения С. С. Шукиной, В. Е. Летовой, людям с наличием ОКР характерны негативные и деструктивные убеждения, которые вызывают тревогу и дистресс. Это, по мнению авторов, выступает ведущей особенностью такой личности (Шукина & Летова, 2021). Однако С. А. Акназаров, Н. А. Негай, О. Б. Тапалова полагают, что отличительной чертой людей с обсессивно-компульсивным расстройством является мотивация достижения как приобретенная потребность, которая выражается в стремлении человека достичь максимально возможных результатов. При этом ОКР оказывает влияние «внутреннего фильтра» на процесс мотивации. Как правило, компульсивные личности проявляют высокую мотивацию и совершают импульсивные действия, возникающие из эмоционально окрашенных побуждений. Они стремятся к мгновенному удовлетворению своих потребностей, не принимая во внимание возможные последствия своих действий. В целом, исследование О. Б. Тапаловой и др. подтверждает наличие взаимосвязи между мотивацией и такими личностными характеристиками, как самооценка, активность, уровень притязаний, тревожность и стремление к социальному признанию (Тапалова, Негай & Акназаров, 2014).

По мнению Н. В. Антонова и О. И. Патоша, которые ссылаются на исследования И. Г. Малкиной-Пых, компульсивные личности условно делятся на несколько типов (Антонова, & Патоша, 2017).

Первому типу свойственен страх перед воображаемой опасностью. Личность может, например, переживать по поводу того, чтобы не заболеть онкологией. В результате эти переживания могут привести к поведенческим нарушениям компульсивного характера, которые будут проявляться в педантичном контроле своего состояния здоровья.

Второму типу присуще неясное чувство дискомфорта, которое ощущается в условиях естественной открытости. В данном случае высокий показатель эмоционального возбуждения способствует формированию компульсивного поведения, проявляющегося в излишней организованности, собирании и хранении различных предметов (синдром Плюшкина), а также в стремлении всё структурировать.

Третий тип компульсивного человека характеризуется стремлением соблюдать строгую симметрию и неудержимую страсть к совершенству. У таких людей, как правило, шнурки на кроссовках должны быть затянуты с одинаковой силой. При таком типе поведения люди проходят в дверной проём точно посередине, при этом визуально контролируют точность расстояния с обеих сторон. Они готовят пищу, строго соблюдая пропорции

ингредиентов до грамма и миллиграмма. Их деятельность сопровождается строгим самоконтролем, соблюдением всех деталей, а также соответствием последовательности действий. Компульсивная личность такого типа сама себе устанавливает много правил. Например, утром надо сначала убрать постель, принять водные процедуры, позавтракать и затем собираться на работу. В случае, если данная последовательность будет прервана (например, человек сначала принял душ, позавтракал, собрался на работу, но постель не успел убрать, так как проспал), то это может привести к повышению уровня тревожности, эмоциональности, раздражительности. При этом большинство людей такого типа поведения убеждены в том, что их поведение иррациональное, противоречит Эго, но, тем не менее, они вынуждены продолжать жить таким образом (Антонова, & Патоша, 2017).

В работах А. Е. Боброва и А. К. Гомозовой отмечается, что компульсивные люди в своём поведении постоянно прибегают к ритуальным повторяющимся действиям и самоконтролю за своими действиями (Бобров & Гомозова, 2010). При этом З. В. Диянова и Т. М. Щеголева утверждают, что компульсивным людям свойственна навязчивая безопасность, желание обладать материальными объектами, а также неспособность расстаться с объектами, которые представляют какую-то личностную ценность (Диянова, Щеголева, 2017).

Таким образом, особенности компульсивной личности заключаются в наличии скрытой агрессии, тревожности, чувства вины, стыда и самобичевания, а также стремлении к мгновенному удовлетворению своих потребностей. Люди с ОКР мотивированы к достижению желаемого, не учитывая возможных последствий своих действий. Такие люди переносят свои нежелательные или неприемлемые мысли, чувства и желания на других людей или объекты. Чтобы избежать стресса они возвращаются к поведению, которое присуще более ранним стадиям развития.

Помимо этого, ценностные ориентации являются ключевым фактором в развитии личности, определяя ее цели и средства достижения. Они рассматриваются в рамках психологического понимания таких аспектов, как стремление к порядку и контролю, достижение и успешность, а также контроль над своим поведением. Более того, ценностные ориентации влияют на принятие решений, формирование целей и определение мировоззрения человека. Важно осознавать, что эти ценности могут иметь как положительные, так и отрицательные последствия для компульсивной личности и её окружающих, что обуславливает актуальность изучения ценностных ориентаций компульсивной личности. С этой целью было организовано и проведено эмпирическое исследование склонности женщин и мужчин к компульсивным покупкам в зависимости

от ценностных ориентаций.

В качестве гипотез исследования были выдвинуты следующие предположения:

1. Женщины в большей степени, чем мужчины, склонны к компульсивным покупкам.
2. Существуют различия в иерархиях ценностных ориентаций мужчин и женщин в зависимости от их склонности к компульсивным покупкам.
3. Склонность к компульсивным покупкам у мужчин в большей степени связана с такими ценностными ориентациями, как активные социальные контакты, собственный престиж и стремление к новизне, а у женщин — с сохранением собственной индивидуальности, материальным благополучием и потребностью получать удовольствие от жизни.

В эмпирическом исследовании были использованы следующие методики: Обсессивно-компульсивная шкала Йеля-Брауна (*Yale-Brown Obsessive Compulsive Scale*, 1994), модифицированная для выявления компульсивного шопинга (ониомании) (Фролова, 2011); Бергенская шкала зависимости от шопинга (*The Bergen Shopping Addiction Scale*) (Andreassen, 2015; Aboujaoude, Gamel & Koran, 2003); Методика «Ценностный опросник» (ЦО) (Шварц, 1990; Бубнова, 1998); Морфологический тест жизненных ценностей (МТЖЦ) (Сопов & Карпушина, 1976; Сопов, 1979). Также были использованы методы математической статистики:

- проверка соответствия показателей склонности к компульсивным покупкам и ценностных ориентаций респондентов на соответствие нормальному закону распределения при помощи критерия согласия распределения Колмогорова-Смирнова;
- проверка статистической значимости половых различий в показателях склонности к компульсивным покупкам, а также различий в доминирующих ценностных ориентациях по критерию наличия или отсутствия склонности к зависимости от шопинга при помощи U-критерия Манна-Уитни;
- корреляционный анализ связей между склонностью к компульсивным покупкам и ценностными ориентациями при помощи коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

В исследовании принимали участие 67 респондентов, из них 29 мужчин и 38 женщин в возрасте от 26 до 44 лет (средний возраст — 36 лет). Большинство принявших участие в исследовании мужчин и женщин — 25 (37,3%) — состоят в официальном браке, 17 (25,4%) — холосты (не замужем), 18 (26,9%) проживают в гражданском браке, еще 7 (10,4%) — разведены. При этом 46 (68,7%) мужчин

и женщин имеют детей, у остальных — 21 (31,3%) детей нет. Из числа респондентов 12 (17,9%) человек имеют среднее образование, 8 (11,9%) — среднее профессиональное образование, у 10 (14,9%) незавершенное высшее образование, у остальных — 37 (55,2%) человек — образование высшее.

Результаты исследования

Анализ результатов эмпирического исследования показал, что, во-первых, большинство как мужчин, так и женщин, принявших участие в исследовании, не склонны к компульсивным покупкам, а, во-вторых, женщин, демонстрирующих признаки ониомании, больше, чем мужчин, что подтверждено и статистической обработкой результатов: различия в склонности к компульсивным покупкам являются статистически значимыми по результатам тестирования по двум методикам (Склонность к ониомании (Y-BOCS) Уэмп. $-2,733$, $r \leq 0,01$. Зависимость от шопинга (BSAS) Уэмп. $-2,253$, $r \leq 0,05$.). Полученные результаты свидетельствуют о том, что женщины чаще, чем мужчины, испытывают непреодолимое, повторяющееся желание совершать множество покупок. В промежутках между покупками у них нарастает напряжение, которое может быть ослаблено очередной покупкой, после чего обычно возникает чувство вины. В целом, им характерен широкий спектр негативных эмоций, положительные эмоции вплоть до эйфории возникают только в процессе совершения покупки. Как правило, эти женщины делают покупки, чтобы поднять себе настроение, причем, невзирая на их необходимость. При этом они чувствуют, что им нужно покупать все больше и больше вещей, чтобы получить такое же удовлетворение, как раньше.

Таким образом, первая гипотеза — женщины в большей степени, чем мужчины, склонны к компульсивным покупкам — нашла свое подтверждение. В ходе тестирования по «Ценностному опроснику» (ЦО) Ш. Шварца установлено, что статистически значимыми являются различия по таким ценностным категориям нормативных идеалов, как конформность (Уэмп. $-2,953$, $r \leq 0,01$), гедонизм (Уэмп. $-6,403$, $r \leq 0,01$) и безопасность (Уэмп. $-4,609$, $r \leq 0,01$) (показатели выше в группе мужчин и женщин, склонных к компульсивным покупкам), а также самостоятельность (Уэмп. $-2,515$, $r \leq 0,05$), стимуляция (Уэмп. $-4,179$, $r \leq 0,01$) (показатели выше в группе мужчин и женщин, не зависящих от шопинга).

Полученные результаты говорят о том, что для большинства людей, склонных к ониомании, большое значение имеет удовольствие или чувственное удовольствие (удовольствие, наслаждение жизнью), а также безопасность, гармония, стабильность общества, взаимоотношений, самого человека. Причем, этим людям свойственно

сдерживать склонности, имеющие негативные социальные последствия. Что касается мужчин и женщин, не испытывающих постоянного желания совершать компульсивные покупки, значение имеют новизна, глубокие переживания, независимость мышления и выбора действий, творчество, исследовательская деятельность. Отметим, что эти ценности на уровне убеждений мужчин и женщин обеих групп оказывают наибольшее влияние на всю личность, но не всегда проявляются в реальном социальном поведении.

Статистически значимыми различиями в ценностях индивидуальных приоритетов, которые проявляются в конкретных поступках, в реальном социальном поведении мужчин и женщин, являются ценности стимуляции (Уэмп. $-6,473$, $r \leq 0,01$) и гедонизма (Уэмп. $-6,299$, $r \leq 0,01$) (показатели выше в группе мужчин и женщин, склонных к компульсивным покупкам), а также доброты (Уэмп. $-2,916$, $r \leq 0,01$), самостоятельности (Уэмп. $-3,868$, $r \leq 0,01$) и власти (Уэмп. $-3,141$, $r \leq 0,01$) (показатели выше в группе мужчин и женщин, не зависящих от шопинга). Данные результаты свидетельствуют о том, что в реальном социальном поведении люди, склонные к компульсивному шопингу, руководствуются, прежде всего, ценностями получения удовольствия, наслаждения жизнью (гедонизм). При этом они стремятся к новизне и глубоким переживаниям. Что касается мужчин и женщин, не склонных к компульсивному шопингу, то они, в первую очередь, имеют склонность руководствоваться независимостью мышления и выбора действий, стремятся к достижению социального статуса или престижа, контроля или доминирования над людьми и средствами, при этом высоко ценят творчество, исследовательскую деятельность. В ходе тестирования респондентов по морфологическому тесту жизненных ценностей (МТЖЦ) (Сопов & Карпушина) выявлены статистически значимые различия по ценностям социальных контактов (Уэмп. $-4,670$, $r \leq 0,01$), престижа (Уэмп. $-2,200$, $r \leq 0,05$) и индивидуальности (Уэмп. $-3,265$, $r \leq 0,01$). Эти ценности в большей степени выражены у людей, склонных к компульсивным покупкам. То есть они в большей степени, чем не зависящие от шопинга люди, стремятся к установлению благоприятных отношений в различных сферах социального взаимодействия, расширению своих межличностных связей, реализации своей социальной роли. При этом они хотят одобрения, признания и уважения со стороны других людей, на которых они равняются и к мнению которых прислушиваются. Вместе с тем, для них большое значение имеет сохранение собственной индивидуальности, т.е. преобладание собственных мнений, взглядов, убеждений над общепринятыми, защита своей неповторимости и независимости.

Стоит отметить, что различия в значимости жизненных сфер мужчин и женщин, склонных и не склонных к компульсивным покупкам, не являются

статистически значимыми.

Следовательно, вторая гипотеза исследования — существуют различия в иерархиях ценностных ориентаций мужчин и женщин в зависимости от их склонности к компульсивным покупкам подтверждена частично.

В ходе корреляционного анализа выявлены многочисленные связи между склонностью к компульсивным покупкам и ценностными ориентациями как в группе мужчин, так и в группе женщин. При этом сравнительный анализ корреляционных плеяд позволил выявить как общие для этих групп связи, так и те, которые характерны только для каждой из них. Так, общими связями являются следующие:

- склонность к ониомании положительно коррелирует с такими нормативными идеалами, как «конформность» и «гедонизм»;
- склонность к ониомании и зависимость от шопинга положительно коррелируют с такими индивидуальными приоритетами, как «стимуляция» и «гедонизм»;
- склонность к ониомании положительно коррелирует с активными социальными контактами как жизненной ценностью;
- зависимость от шопинга положительно коррелирует с такими нормативными идеалами, как «гедонизм» и «безопасность».

То есть мы можем констатировать, что, независимо от пола, склонность к компульсивным покупкам тем выше, чем важнее на уровне нормативных идеалов (то есть на уровне убеждений) для человека безопасность, гармония, стабильность общества и взаимоотношений, а также наслаждение или чувственное удовольствие и требование сдерживать склонности, имеющие негативные социальные последствия (послушание, самодисциплина, вежливость, уважение).

Склонность к ониомании также тем выше, чем сильнее в реальном социальном поведении люди стремятся к новизне и глубоким переживаниям, к наслаждению жизнью или чувственному удовольствию, тем сильнее у них выражена потребность к компульсивным покупкам и тем чаще они чувствуют себя плохо, если по каким-то причинам не могут их совершать.

В большей степени зависимы от шопинга и те мужчины и женщины, которые стремятся к установлению благоприятных отношений в различных сферах социального взаимодействия, расширению своих межличностных связей и реализации своей социальной роли.

Связи, которые обнаружены только в группе мужчин, следующие:

- склонность к ониомании положительно коррелирует с нормативным идеалом «достижения» ($0,446$, $r \leq 0,01$);
- зависимость от шопинга положительно

коррелирует с нормативным идеалом «конформность» ($,573, r \leq 0,01$) и отрицательно — с индивидуальным приоритетом «доброта» ($-,372, r \leq 0,01$);

- зависимость от шопинга положительно коррелирует с такими жизненными ценностями, как социальные контакты ($,587, r \leq 0,01$) и престиж ($,547, r \leq 0,01$).

Эти связи говорят о том, что склонны к компульсивным покупкам, как правило, те мужчины, которые стремятся к социальному одобрению через демонстрацию собственной социальной компетентности, а также стараются сдерживать склонности, имеющие негативные социальные последствия, следуя определенным социальным требованиям. Эти мужчины, как правило, характеризуются широким кругом межличностных связей и реализацией своей социальной роли.

Связи, которые обнаружены только в группе женщин, следующие:

- склонность к ониомании и зависимость от шопинга отрицательно коррелируют с таким нормативным идеалом, как «стимуляция» ($-,565, r \leq 0,01$ и $-,568, r \leq 0,01$), а также индивидуальными приоритетами «самостоятельность» ($-,412, r \leq 0,05$ и $-,414, r \leq 0,01$) и «власть» ($-,412, r \leq 0,05$ и $-,380, r \leq 0,05$);
- склонность к ониомании положительно коррелирует с нормативным идеалом «безопасность» ($,553, r \leq 0,01$);
- склонность к ониомании положительно коррелирует с жизненной ценностью «индивидуальность» ($,450, r \leq 0,01$);
- зависимость от шопинга отрицательно коррелирует с индивидуальными приоритетами «конформность» ($-,343, r \leq 0,05$) и «безопасность» ($-,329, r \leq 0,05$).

Полученные связи свидетельствуют о том, что для женщин, зависимых от шопинга, не играют большой роли новизна и глубокие переживания. Гораздо важнее для них гармония, стабильность общества, взаимоотношений, самого человека. Однако в реальном социальном поведении они нередко пренебрегают собственной безопасностью и не всегда пресекают свои побуждения к действиям, которые могут причинить вред другому или не соответствуют социальным ожиданиям. Кроме того, эти женщины не стремятся к высокому социальному статусу или престижу, контролю или доминированию над людьми, не увлекаются творчеством.

Следовательно, третья гипотеза исследования — склонность к компульсивным покупкам у мужчин в большей степени связана с такими ценностными ориентациями, как активные социальные контакты, собственный престиж и стремление к новизне, а у женщин — с сохранением собственной индивидуальности, материальным благополучием

и потребностью получать удовольствие от жизни, подтверждена частично.

Таким образом, было установлено следующее:

- женщины в большей степени, чем мужчины, склонны к компульсивным покупкам;
- существуют различия в иерархиях ценностных ориентаций мужчин и женщин в зависимости от их склонности к компульсивным покупкам;
- склонность к компульсивным покупкам у мужчин в большей степени связана с такими ценностными ориентациями, как активные социальные контакты и собственный престиж, а у женщин — с сохранением собственной индивидуальности.

Результаты проведенного исследования можно использовать в психологическом и психотерапевтическом консультировании по проблемам компульсивных расстройств. Выводы данной работы могут помочь практикующим психологам в освещении вопросов особенностей совершения женщинами и мужчинами компульсивных покупок в зависимости от ценностных ориентаций.

Литература

- Антонова, Н. В., & Патоша, О. И.** (2017). Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения. Москва: Высшая школа экономики.
- Бобров, А. Е., & Гомозова, А. К.** (2010). Комплексное клинико-статистическое и психологическое изучение обсессивно-компульсивных синдромов. Социальная и клиническая психиатрия, 21 (4), 14–20.
- Бубнова, С. С.** (1998). Ценностные ориентации личности как многомерная нелинейная система. Москва: Институт психологии РАН.
- Валиуллина, Е. В.** (2021). Аддиктивные формы поведения: ониомания. Вестник общественных и гуманитарных наук, 2 (4), 71–74.
- Диянова, З. В., & Щеголева, Т. М.** (2017). Психология личности. Закономерности и механизмы развития личности (Учебное пособие). Москва: ЮРАЙТ.
- Жедунова, Л. Г., Васильева, Е. А., & Посысоев, Н. Н.** (2019). Роль семьи в формировании нарушений пищевого поведения по типу компульсивного переедания. Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки, 3(49), 82–85.
- Защиринская, О. В.** (2025). Социальная изменчивость как предиктор виктимизации личности. В Психология посттравматического стресса: методология, теория, практика (Материалы конференции, Москва, 22–23 мая 2025 года). Москва: Институт психологии РАН, 345–351.
- Защиринская, О. В., Огарева, Е. И., & Никифоров, А. А.** (2023). Тревожность и коммуникативные свойства личности. Педагогический ИМИДЖ, 2(59), 170–181.
- Сагалакова, О. А., Жирнова, О. В., Трубецвев, Д. В., и др.** (2020). Психологические факторы формирования суицидального поведения при обсессивно-компульсивном и социальном тревожном расстройстве. Суицидология, 11

(2(39)), 82–100.

Сопов, В. Ф. (1979). Влияние индивидуальных особенностей личности и методов психологического воздействия на психическое состояние в условиях монотонной деятельности (Диссертация кандидата психологических наук). Москва. (Дата поступления в ЕЭК: 10.11.2017)

Тимербулатов, И. Ф., Евтушенко, Е. М., Халфина, Р. Р., & Тимербулатова, М. Ф. (2019). Специфика психологической защиты личности при обсессивно-компульсивном расстройстве. *Вестник психофизиологии*, (3), 111–113.

Тапалова, О. Б., Негай, Н. А., & Акназаров, С. А. (2014). Психодиагностика мотивации достижения при обсессивно-компульсивных расстройствах. В Международная научно-практическая конференция «Вопросы психологии, педагогики и образования: интеграция науки и практики» (Москва, 31 июля 2014 года) (с. 108–116). Москва: Автономная некоммерческая организация содействия развитию современной отечественной науки Издательский дом «Научное обозрение».

Тарханова, С. В., & Корж, Е. М. (2022). Выраженность склонности женщин к компульсивному шопингу в зависимости от уровня удовлетворенности браком. В Актуальные проблемы современной России: психология, педагогика, экономика, управление и право: сборник научных трудов (Москва, 21–26 ноября 2022 года) (с. 1202–1210). Москва: Московский психолого-социальный университет.

Фролова, Ю. Г. (2011). Медицинская психология (2-е изд., испр.). Минск: Вышэйшая школа.

Щукина, С. С., & Летова, В. Е. (2021). Обсессивно-компульсивное расстройство: лечение. Инновации. Наука. Образование, (27), 1705–1711.

Aboujaoude, E., Gamel, N., & Koran, L. M. (2003). A 1-year naturalistic follow-up of patients with compulsive shopping disorder. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 64(8), 946–950.

References

Antonova, N. V., & Patosha, O. I. (2017). *Vospriyatie brendov i strategii potrebitel'skogo povedeniya* [Perception of Brands and Consumer Behavior Strategies]. Москва: Vysshaya shkola ekonomiki.

Bobrov, A. E., & Gomozova, A. K. (2010). *Kompleksnoe kliniko-statisticheskoe i psikhologicheskoe izuchenie obsessivno-kompul'sivnykh sindromov* [A Comprehensive Clinical-Statistical and Psychological Study of Obsessive-Compulsive Syndromes]. *Sotsial'naya i klinicheskaya psixhiatriya*, 21 (4), 14–20.

Bubnova, S. S. (1998). *Tsenostnye orientatsii lichnosti kak mnogomernaya nelineynaya sistema* [Value Orientations of the Personality as a Multidimensional Nonlinear System]. Москва: Institut psikhologii RAN.

Valiullina, E. V. (2021). *Addiktivnye formy povedeniya: oniomaniya* [Addictive Forms of Behavior: Oniomania]. *Vestnik obshchestvennykh i gumanitarnykh nauk*, 2 (4), 71–74.

Diyanova, Z. V., & Shchegoleva, T. M. (2017). *Psikhologiya lichnosti. Zakonomernosti i mekhanizmy razvitiya lichnosti (Uchebnoe posobie)* [Personality Psychology. Patterns and Mechanisms of Personality Development (Textbook)]. Москва: YuRAYT.

Zhedunova, L. G., Vasil'eva, E. A., & Posysoev, N. N. (2019). *Rol' sem'i v formirovanii narusheniy pishchevogo povedeniya po tipu kompul'sivnogo pereedaniya* [The Role of the Family in the Development of Binge Eating Disorder]. *Vestnik Yaroslavl'skogo gosudarstvennogo universiteta im. P. G. Demidova*.

Seriya Gumanitarnye nauki, (3(49)), 82–85.

Zashchirinskaya, O. V. (2025). *Sotsial'naya izmenchivost' kak prediktor viktimizatsii lichnosti* [Social variability as a predictor of victimization of the individual]. V *Psikhologiya post-travmaticheskogo stressa: metodologiya, teoriya, praktika* (Materialy konferentsii, Moskva, 22–23 maya 2025 goda). Moskva: Institut psikhologii RAN, 345–351.

Zashchirinskaya, O. V., Ogareva, E. I., & Nikiforov, A. A. (2023). *Trevozhnost' i kommunikativnye svoystva lichnosti* [Anxiety and communicative properties of personality]. *Pedagogicheskiy IMIDZh*, 2(59), 170–181.

Sagalakova, O. A., Zhirnova, O. V., Truevtsev, D. V., et al. (2020). *Psikhologicheskie faktory formirovaniya suitsidal'nogo povedeniya pri obsessivno-kompul'sivnom i sotsial'nom trevozhnom rasstroystve* [Psychological Factors in the Formation of Suicidal Behavior in Obsessive-Compulsive and Social Anxiety Disorder]. *Suitsidologiya*, 11 (2(39)), 82–100.

Sopov, V. F. (1979). *Vliyaniye individual'nykh osobennostey lichnosti i metodov psikhologicheskogo vozdeystviya na psikhicheskoe sostoyaniye v usloviyakh monotonnoy deyatel'nosti* (Dissertatsiya kandidata psikhologicheskikh nauk) [The Influence of Individual Personality Traits and Methods of Psychological Influence on the Mental State in Monotonous Activity Conditions (PhD in Psychology dissertation)]. Москва.

Timerbulatov, I. F., Evtushenko, E. M., Khalfina, R. R., & Timerbulatova, M. F. (2019). *Spetsifika psikhologicheskoy zashchity lichnosti pri obsessivno-kompul'sivnom rasstroystve* [Specificity of Psychological Defense in Obsessive-Compulsive Disorder]. *Vestnik psikhofiziologii*, (3), 111–113.

Tapalova, O. B., Negay, N. A., & Aknazarov, S. A. (2014). *Psikhodiagnostika motivatsii dostizheniya pri obsessivno-kompul'sivnykh rasstroystvakh* [Psychodiagnosics of Achievement Motivation in Obsessive-Compulsive Disorders]. V *Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Voprosy psikhologii, pedagogiki i obrazovaniya: integratsiya nauki i praktiki»* (Moskva, 31 iyulya 2014 goda) (ss. 108–116). Moskva: Avtonomnaya nekommercheskaya organizatsiya sodeystviya razvitiyu sovremennoy otechestvennoy nauki Izdatel'skiy dom «Nauchnoe obozrenie».

Tarkhanova, S. V., & Korzh, E. M. (2022). *Vyrazhennost' sklonnosti zhenshchin k kompul'sivnomu shoppingu v zavisimosti ot urovnya udovletvorennosti brakom* [The Severity of Women's Propensity for Compulsive Shopping Depending on the Level of Marital Satisfaction]. V *Aktual'nye problemy sovremennoy Rossii: psikhologiya, pedagogika, ekonomika, upravleniye i pravo: sbornik nauchnykh trudov* (Moskva, 21–26 noyabrya 2022 goda) (ss. 1202–1210). Moskva: Moskovskiy psikhologo-sotsial'nyy universitet.

Frolova, Yu. G. (2011). *Meditinskaya psikhologiya* (2-e izd., ispr.) [Medical Psychology (2nd ed., revised)]. Минск: Vyshayshaya shkola.

Shchukina, S. S., & Letova, V. E. (2021). *Obsessivno-kompul'sivnoe rasstroystvo: lecheniye* [Obsessive-Compulsive Disorder: Treatment]. *Innovatsii. Nauka. Obrazovanie*, (27), 1705–1711.

Aboujaoude, E., Gamel, N., & Koran, L. M. (2003). A 1-year naturalistic follow-up of patients with compulsive shopping disorder. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 64(8), 946–950.