

**Актуальные проблемы
социальной и экономической психологии:
методология, теория, практика**

Сборник научных статей

Выпуск второй

**Москва
2014**

УДК 330.16
ББК 88.4
Э40

Редакционная коллегия:

Е.В. Камнева, к. пс. н.
Ж.В. Коробанова, к.пс.н.
Ю.Е. Мужичкова, к.пс.н.

Ответственный редактор: д.пс. н. А.Н. Лебедев

Актуальные проблемы социальной и экономической психологии: методология, теория, практика: Сборник научных статей. Выпуск второй / Отв. ред. д. пс. н. А.Н. Лебедев. – М.: Издательство «Спутник+», 2014. – 126 с.

Сборник включает научные статьи по проблемам социальной и экономической психологии. Статьи публикуются впервые, в авторской редакции.

Материалы сборника могут быть использованы в научной работе студентов, аспирантов, лиц, интересующихся исследованиями в области социальной и экономической психологии.

© Авторы научных статей, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

Анненкова Н.В., Мужичкова Ю.Е., Камнева Е.В. Психологические компоненты личной социальной ответственности	4
Анненкова Н.В., Камнева Е.В. Исследование личной социальной ответственности индивидуума	11
Буянова С.М., Коробанова Ж.В. Психологический портрет социально ответственного бизнесмена (на примере биографий известных благотворителей)	20
Гагарина М.А. Влияние психологических и экономических факторов на долговое поведение	32
Дедов Н.П. Креативность персонала и проблемы взаимоинвестирования в человеческий капитал	41
Камнева Е.В., Анненкова Н.В., Ширванов А.А. Правовой нигилизм и коррумпирующее поведение личности	48
Камнева Е.В., Ширванов Р.А., Анненкова Н.В. Применение европейской рамки икт-компетенций в образовательном процессе	53
Карнышев А.Д. Психологические и этнокультурные факторы рациональности / нерациональности введения и восприятия экономических санкций	60
Крылов А.Ю. Влияние когнитивной потребности людей на восприятие сообщений в средствах массовой информации	72
Лебедев А.Н., Гордякова О.В., Орлова Н.В. Влияние представлений студентов о «советском времени» на отношение к современной России	81
Мужичкова Ю.Е. Модель личной социальной ответственности предпринимателя	87
Мужичкова Ю.Е., Жданова Д.М. Социально-психологические факторы инновационности личности	101
Орлова Ю.Л. Исследование копинг-стратегий родителей обвиняемых подростков	106
Орлов Л.Ф., Орлова Е.А. Проблемы социальной защиты населения и совершенствование процессов модернизации российской экономики	114
Островский Э.В. Антинаркотическое направление корпоративного менеджмента	121
Сведения об авторах	126

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ ЛИЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ¹

Анненкова Н.В., Мужичкова Ю.Е., Камнева Е.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассмотрены современные подходы к оценке социально-ответственного поведения, представлены результаты исследований различных компонентов личной социальной ответственности индивидуумов. Выделены два аспекта личной социальной ответственности: по отношению к обществу в целом и по отношению к «другому».

Ключевые слова: личная социальная ответственность, социальная ответственность, социально-ответственное поведение.

Значимость проблемы социальной ответственности определяется той ролью, которую она играет в жизни общества. Ответственность в широком смысле слова является инструментом управления организацией общества на рациональных началах, средством обеспечения порядка и общественной дисциплины. Социальная ответственность представляет собой интегративное качество личности, которое определяет поведение человека на основе осознания и принятия социальных норм и ценностей, способности оценивать последствия и результаты собственных действий.

Социальная ответственность в наши дни рассматривается не только как качество, принадлежащее личности, но также и как целенаправленная деятельность бизнес-структур, направленная на создание и поддержание благоприятных социально-психологических условий в обществе.

Вместе с тем, как показывают социологические исследования, общественность России скептически относится к способностям компаний быть социально-ответственными: 46% респондентов не доверяют в этом вопросе крупным российским компаниям, 39% – международным. Деятельность компаний оценивается, в первую очередь, по качеству их продукции, а также по их отношению к сотрудникам и поставщикам. Такие факторы, как вклад компаний в национальную экономику, законопослушность, природоохранная деятельность, честность и участие в благотворительности, являются второстепенными [7].

Как показали результаты наших предыдущих исследований, представления о социальной ответственности бизнеса имеют гендерную и возрастную зависимость. При этом отношение к некоторым вопросам, касающимся

¹ Исследование проводилось при поддержке РГНФ (грант № 12-06-00556а, «Психолого-экономические механизмы социальной ответственности российского бизнеса в сфере финансов»)

социальной ответственности бизнеса, является однозначным. Так, большинство респондентов не считают благотворительность приоритетным направлением в реализации социальных программ, при этом основная направленность социальной активности бизнеса представляется в виде повышения качества производимых товаров и услуг [8].

Наиболее серьезной попыткой представления социальной ответственности бизнеса как целостной системы является концепция А. Кэрrolла, который представил ее в виде пирамиды. Лежащая в основании пирамиды *экономическая ответственность* непосредственно определяется базовой функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять потребности потребителей и, соответственно, извлекать прибыль. Иными словами, любая фирма, реализующая свою экономическую ответственность перед обществом, уже социально ответственна. Второй уровень - *правовая ответственность*, которая подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, фиксированным в правовых нормах. Третий уровень – *этическая ответственность*, в свою очередь, требует от деловой практики созвучности ожиданиям общества, не оговоренным в правовых нормах, но основанным на существующих нормах морали. Четвертый уровень, по Кэрролу, - *филантропическая (дискреционная) ответственность* побуждает фирму к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ, т.е. филантропическая ответственность не предполагает получение прибыли. Принципиально важна соподчиненность уровней: этический бизнес, например, не бизнес, в той или иной форме занимающийся благотворительностью, а бизнес, стандартные трансакции которого удовлетворяют не только экономическому и правовому, но и этическому критериям [12].

В рамках некоторых исследований предпринята попытка соотнести уровни корпоративной и личной социальной ответственности. Так, Deborah Blackman et al. (2012) и Aguilera et al. (2007) выделили соответствующие виды мотивов корпоративной и личной социальной ответственности [10, 11]. В таблице 1 представлено соотношение мотивов корпоративной социальной ответственности для частных лиц и организации.

Основываясь на подобном подходе, можно предположить, что реализация социальной ответственности компании напрямую зависит от личности менеджера или владельца компании, которые принимают решение о реализации социальных программ. Таким образом, следует уделить пристальное внимание изучению категориям ответственности и личной социальной ответственности.

Таблица 1. Соотношение личной и корпоративной социальной ответственности (Blackman et al., Aguilera et al.)

Мотивы	Личная социальная ответственность	Корпоративная социальная ответственность
Инструментальные	Потребность в контроле (власти).	Интересы акционеров в краткосрочной перспективе
Отношение, связь	Потребность в принадлежности.	Интересы совладельцев в долгосрочной перспективе. Коллективная идентификация.
Моральные	Потребность в осмысленном существовании.	Интересы управляющего. Ценности высшего порядка.

Ответственность относится к числу наиболее сложных по содержанию понятий в психологии. Под ответственностью принято понимать форму саморегуляции и самодетерминации личности, которая выражается в осознании себя как причины совершаемых поступков и их последствий, а так же в осознании и контроле своей способности выступать причиной изменений в окружающем мире и собственной жизни. В психологии, преимущественно западной, ответственность изучалась не как целостное явление, а в отдельных ее формах проявления. Одной из таких частных форм ответственности является социальная ответственность — склонность человека вести себя в соответствии с интересами других людей и социального целого, а не в узкоэгоистических интересах, придерживаться принятых норм и исполнять ролевые обязанности. К категории социальной ответственности относятся такие понятия, как чувство вины, доверие, совесть, локализации причинности поведения.

Проблема нравственности также имеет непосредственное отношение к пониманию механизмов социальной ответственности. В рамках экономической психологии разработаны модели, рассматривающие этико-экономические проблемы. Одним из вариантов такой психологической модели является подход к исследованию психологических отношений нравственности субъектов экономической активности, предложенный А.Л. Журавлевым и А.Б. Купрейченко. Ими была разработана теоретическая модель нравственной регуляции экономической активности, которая включает психологическое отношение личности к соблюдению нравственных норм и психологическую дистанцию с представителями различных социальных категорий как основной критерий гибкости этого отношения [4].

Существуют также исследования, устанавливающие тесную взаимосвязь нравственно-психологических составляющих экономического самоопределения. Так, А.Б. Купрейченко на основании самооценок возможности повышения дохода и уровня экономической активности выделены психологические типы экономической активности руководителей и сопоставлены показатели их

отношения к деньгам и к соблюдению нравственных норм делового поведения, представления о мире бизнеса и другие показатели экономического самоопределения [6].

Существуют различные подходы к самому пониманию личной социальной ответственности. Так, А.В. Беловым выделяются субъектный, личностный (психологический) и практический уровни социальной ответственности. *Субъектный уровень* социально-ответственного поведения представлен мотивационно-целевой сферой. На этом уровне важны цели, ценности, мотивы, а также выбор, основанный на осознании важных экономических, социальных, экологических проблем, требующих ответственного личного и общественного вмешательства. При этом в основе социально ориентированной деятельности лежит гуманизм как общий принцип уважения к человеку, когда другой человек воспринимается и рассматривается как ценность. *Личностный (психологический) уровень* социально-ответственного поведения представлен аффективно-волевой сферой и иерархией личностных смыслов. Отличительной особенностью социально ответственного поведения является его добровольность и присущий ему инициативный характер. Ответственность принимается как наступающая здесь и сейчас, и это принятие реализуется в форме волевого усилия. Решающую роль здесь играет система личностных смыслов, формирующаяся как результат смыслопорождающей функции мотивов, когда человек понимает, ради чего он должен взять на себя дополнительное бремя. Третьим уровнем механизма реализации социальной ответственности является *практический*, непосредственным проявлением которого выступают поступки и реальные достижения. Эта модель предполагает, что человек ответственен и за уже случившееся, и за настоящее, и за будущее общества в самой отдаленной перспективе [3].

Л.А. Барановская [2] выделила следующие уровни социальной ответственности: безответственный; утилитарно-прагматический (выгодно-невыгодно); нормативно-функциональный (хорошо-плохо); созидательно-альтруистический (совесть).

Н.В. Анненкова различает следующие уровни личной социальной ответственности: по отношению к «другому», к компании и к обществу. При этом в рамках каждого из них предполагается три вида отношения к социальной ответственности: 1) ориентация бизнеса исключительно на увеличение прибыли для своих акционеров; 2) ориентация бизнеса на повышение качества жизни граждан и сообщества, сохранение окружающей среды и решение общественных проблем; 3) социальная ответственность – это долгосрочные инвестиции, при которых создается благоприятное социальное окружение, сокращая, таким образом, потери прибыли в долгосрочной перспективе [1, 5].

В нашем исследовании мы предприняли попытку сопоставить представления о социально-ответственном человеке с формами личной социальной ответственности.

Методы и методики: для диагностики представлений о социально-ответственном человеке была разработана анкета, основанная на методе семантического дифференциала Ч. Осгуда; для диагностики социальной ответственности применялась методика Н.В. Анненковой, которая как было указано выше, позволяет оценить личную социальную ответственность (ЛСО) индивидуума по отношению к «другому» (ЛСО к другому), компании (ЛСО к компании) и обществу (ЛСО к обществу). Статистическая обработка результатов осуществлялась с помощью компьютерной программы SPSS Statistics 17.0.

На рисунке 1 представлен профиль социально-ответственного человека, составленный на основе результатов проведенной анкеты. Что касается личностных характеристик и мотивации, то здесь наблюдается преобладание качеств, связанных с расширением взаимодействия (открытость, отзывчивость, общительность, активность), а также отсутствие склонности к риску, напряженности и эгоистически направленных тенденций (хитрости, жесткости).

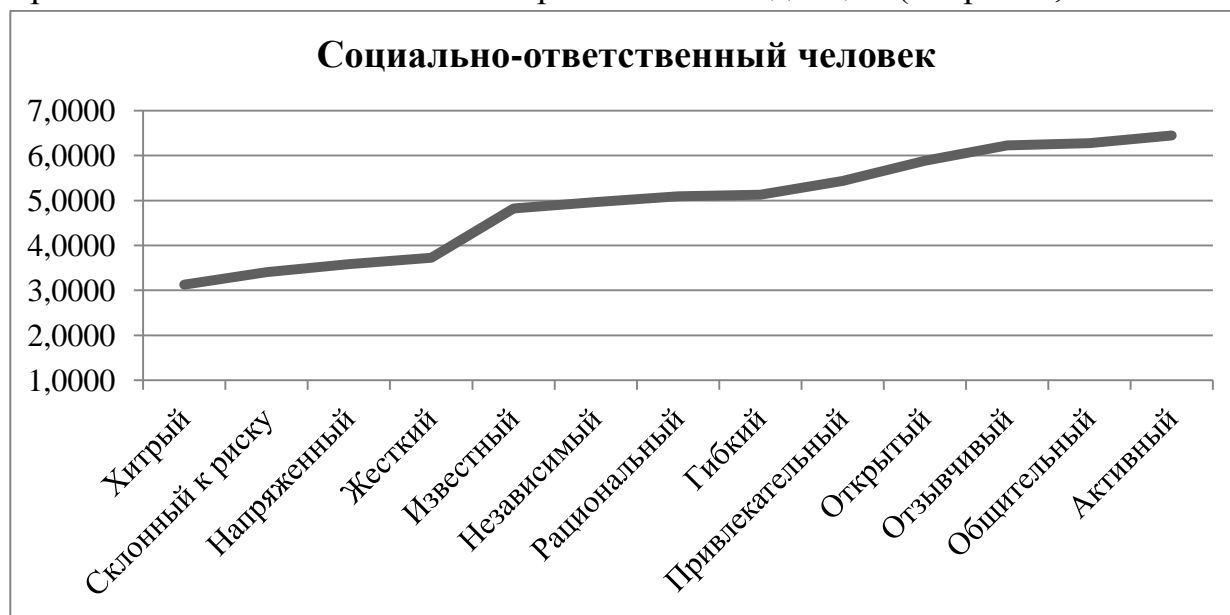


Рисунок 1. Представления о социально-ответственном человеке

Результаты данной методики мы сопоставили с результатами методики, диагностирующей личную социальную ответственность.

Процедура факторного анализа позволила нам определить взаимосвязанные показатели двух методик и выделить три фактора. В таблице 2 представлены результаты факторного анализа.

Таблица 2. Сопоставление показателей личной социальной ответственности и представлений о социально-ответственном человеке

	Компонента		
	1	2	3
Общий	,916	-,064	,220
Я-Другой	,308	-,223	,548
Я-Компания	,686	-,005	-,048
Я-Общество	,820	,021	,124
Известный	,066	,777	-,030
Рациональный	,269	-,634	-,025
Гибкий	,109	,654	,003
Открытый	,516	,316	-,496
Рискованный	,143	,443	,190
Независимый	,157	,145	,189
Общительный	,681	,309	-,244
Активный	,786	,069	-,040
Хитрый	-,209	,150	,675
Жесткий	,230	,103	,632
Отзывчивый	,411	,003	-,435
Напряженный	-,170	,149	,424
Привлекательный	,059	,306	,249

Метод выделения: Анализ методом главных компонент.
Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера. а. Вращение сошло за 6 итераций.

Как видно из таблицы 2, первый фактор представлен следующими компонентами: общий показатель личной ответственности, ответственность в отношении компании, ответственность в отношении общества соотносятся с понятиями «открытый», «общительный», «активный», «отзывчивый». Второй фактор сочетает в себе понятия «известный», «интуитивный», «гибкий», «рискованный». Третий фактор сочетает шкалу личной ответственности перед другим с такими понятиями, как «закрытый», «хитрый», «жесткий», «замкнутый», «напряженный». Для нас наибольший интерес представляют первый и третий факторы, так как именно они сочетают в себе показатели обеих методик. Так, первый фактор характеризуется направленностью на открытое взаимодействие с социумом, открытую поддержку интересов своей компании, потребителей и общества в целом, что напрямую соотносится с полученными данными. Третий фактор позволяет нам вскрыть оборотную сторону выраженной позиции личной социальной ответственности по отношению к другому, что, зачастую, связано с возникновением конфликта интересов: «другого» и компании и/или интересов респондента, и/или норм и правил поведения, в том числе обусловленных социально-ответственным поведением. Так, в ходе исследования ЛСО по отношению к другому, респондент выражает свое отношение к следующей ситуации: бывший сотрудник Вашей компании,

при увольнении скопировал базу данных клиентов и стал использовать ее с личной выгодой. Безусловно, готовность к проявлению социально-ответственной позиции, в данном случае, будет сопряжена с такими личностными характеристиками как жесткость, напряженность и пр.

Таким образом, выделенные нами факторы позволяют описать два аспекта личной социальной ответственности индивидуума, проявляющиеся, с одной стороны, по отношению к обществу в целом и на уровне компании, в которой сотрудничает человек, а с другой, по отношению к «другому» индивидууму, обусловленные возникновением конфликта интересов при взаимодействии «Я-другой». Иными словами, общая социально-ответственная позиция характеризуется направленностью на открытое взаимодействие с социумом, открытую поддержку интересов своей компании, потребителей и общества в целом и связана с открытостью, общительностью, активностью и отзывчивостью. Личная социальная ответственность, проявляющая по отношению к «другому», сопряжена с такими личностными характеристиками как жесткость, напряженность, замкнутость и закрытость.

Литература

1. Анненкова Н.В., Камнева Е.В. Взаимосвязь карьерных ориентаций студентов с личной социальной ответственностью // Акмеология. 2013. № 3 (47) С. 113.
2. Барановская Л. А. Формирование социальной ответственности студента в социокультурном образовательном пространстве: диссертация ... доктора педагогических наук - Чита, 2012.
3. Белов А. В. Социальная ответственность: содержание и механизм реализации: автореф. дисс. ... канд. философ. наук – Волгоград, 2011.
4. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. — М.: Институт психологии РАН, 2003. — 436 с.
5. Камнева Е.В., Анненкова Н.В. Личная социальная ответственность и ее правовое регулирование // Акмеология, 2014. № -2. С. 95-96.
6. Купрейченко А.Б. Психологические механизмы нравственной регуляции экономического поведения. // Психология нравственности / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. – М.: Институт психологии РАН, 2010. – 508 с.
7. Мальгин В.А. Социальная ответственность бизнеса: сущность, тенденции, проблемы // Вестник КГФЭИ, 2008, №1. – с. 42-47.
8. Мужичкова Ю.Е. Особенности представлений о социальной ответственности бизнеса // Актуальные проблемы социальной и экономической психологии: методология, теория, практика: Сборник научных статей / Отв. ред. д.пс.н. А.Н. Лебедев. – М.: Экон-Информ, 2012. С. 61 – 69.

9. Мужичкова Ю.Е., Коробанова Ж.В. Сравнительный анализ представлений о социально ответственном человеке и идеальном бизнесмене // Психологические барьеры социально-экономических изменений в российском обществе: Материалы научной Интернет-конференции с международным участием 11-25 ноября 2013 года / Отв. ред. А.Н. Лебедев. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2013. С. 36-38.
10. Aguilera, RV, Rupp, DE, Williams, CA and Ganapathi, J (2007) Putting the S back in Corporate Social Responsibility: a multilevel theory of social change in organization. *Academy of Management Review*, vol.32 n0.3, pp. 836-863.
11. Blackman D., Kennedy M., Quazi A. Corporate social responsibility and individual resistance: learning as the missing link in implementation. *Management Learning*, DOI: 10.1177/1350507612444392 (May 2012), 1-16.
12. Carroll A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* 34 (4): 39–48.

PSYCHOLOGICAL COMPONENTS OF PERSONAL SOCIAL RESPONSIBILITY

Annenkova N.V, Muzhichkova Y.E., Kamneva E.V.

In article modern approaches to an assessment of social and responsible behavior are considered, results of researches of various components of personal social responsibility of individuals are presented. Two aspects of personal social responsibility are allocated: in relation to society in general and in relation to "another".

Keywords: *personal social responsibility, social responsibility, social and responsible behavior.*

ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ИНДИВИДУУМА²

Анненкова Н.В., Камнева Е.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассматриваются различные точки зрения и исследовательские подходы к проблеме социальной ответственности, в том числе личной социальной ответственности. Описана методика исследования личной социальной ответственности индивидуума и представлены данные исследования индивидуальной социальной ответственности

Ключевые слова: личная социальная ответственность, социальная ответственность, методика оценки личной социальной ответственности.

² Исследование проводилось при поддержке РГНФ (грант № 12-06-00556а, «Психолого-экономические механизмы социальной ответственности российского бизнеса в сфере финансов»)

Социальная ответственность, будучи нравственно-правовой, философской и этико-психологической категорией, изучается многими науками с различных точек зрения. Являясь показателем развития личности, в контексте ее социальной зрелости, социальная ответственность выражается в потребности самореализации не себя в обществе, а себя для общества [6]. В контексте современного этапа развития общества и цивилизации в целом, воспитание социальной ответственности является одной из актуальнейших важнейших задач при построении гражданского общества.

Проблема личной социальной ответственности как ответственности индивидуума за свои действия перед обществом и перед самим собой первоначально поднималась в философско-психологических работах. Так, по мнению Э. Фромма, ответственное бытие соответствует принципу быть, в рамках которого обладание не является доминирующим или определяющим над самим бытием, а имеет служебное значение. М. Хайдеггер определяет заботу одного человека о других людях, как ключевой мотив личной социальной ответственности [8]. Благодаря такой заботе раскрывается подлинный смысл бытия человека и смысл его пребывания на земле. В тоже время, до середины 80-х годов XX в. рассматриваемый нами феномен не раскрывается как самостоятельный и самодостаточный, а представлен лишь частными характеристиками в некоторых исследовательских психологических работах (А. Маслоу, Э. Мунье, Д. Оллпорт и др.) [5].

В конце 80-х годов данная тема приобрела особое значение, первоначально рассматриваясь как ответственность бизнеса перед обществом. В широком смысле, она понимается как ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т.д.), влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом [9].

В российской экономической психологии в последние годы тема социальной ответственности бизнеса поднимается все чаще [2]. Так, А.Л. Журавлев и А.Б. Купрейченко разработали теоретическую модель нравственной регуляции экономической активности, предполагающую выявление психологического отношения личности к соблюдению нравственных норм. При этом основным критерием гибкости этого отношения является поддержание психологической дистанции с представителями различных социальных категорий.

В то же время проблема личной социальной ответственности (ЛСО) субъекта бизнеса разработана крайне незначительно. На данный момент можно говорить о том, что под социальной ответственностью бизнеса подразумевается

ответственность субъектов бизнеса за соблюдение целого ряда законодательно незакрепленных, определенных неявно, но транслируемых в обществе таких норм и правил, затрагивающих различные сферы жизни, как экология, милосердие, человеколюбие, сострадание, этика. При соблюдении этих правил данные жизненные сферы в явной или менее явной форме влияют на качество жизни не только отдельных социальных групп, но и общества в целом [4].

Поскольку социальная ответственность бизнеса является добровольным вкладом бизнеса в развитие общества, то особенности и психологические характеристики субъекта ЛСО в области этики, экологии, сострадания и пр. интересуют нас в первую очередь.

Принято различать корпоративную социальную ответственность и личную социальную ответственность субъекта бизнеса. В соответствии с корпоративной социальной ответственностью организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их собственной деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы.

Возможные отношения индивидуума к феномену социальной ответственности можно выразить следующими позициями, которые нашли отражение в ряде исследований [3]:

1) единственная ответственность бизнеса – увеличение прибыли для своих акционеров;

2) бизнес должен делать максимально доступный вклад в решение общественных проблем, повышение качества жизни граждан и сообщества, а также в сохранение окружающей среды;

3) социальная ответственность бизнеса сокращает долгосрочные потери прибыли, создавая преимущества благоприятного социального окружения лишь в долгосрочной перспективе.

Н.В. Анненкова различает следующие уровни личной социальной ответственности: по отношению к «другому», к компании и к обществу, проявляющиеся на всех трех указанных выше уровнях [1].

Для исследования социальной ответственности нами была разработана «Методика оценки личной социальной ответственности», позволяющая оценить личную социальную ответственность (ЛСО) индивидуума по отношению к «другому» (ЛСО к другому), компании (ЛСО к компании) и обществу (ЛСО к обществу). В ней представлено 7 проблемных ситуаций, к каждой из которых предлагается три высказывания, отражающие возможные отношения индивидуума к феномену социальной ответственности, которые были обозначены ранее: 1) ориентация бизнеса исключительно на увеличение прибыли для своих акционеров; 2) ориентация бизнеса на повышение качества

жизни граждан и сообщества, сохранение окружающей среды и решение общественных проблем; 3) социальная ответственность – это долгосрочные инвестиции, при которых создается благоприятное социальное окружение, сокращая, таким образом, потери прибыли в долгосрочной перспективе.

Вопросы, выявляющие личную социальную ответственность индивидуума по отношению к другому, включают следующие ситуации: бывший сотрудник Вашей компании, при увольнении скопировал базу данных клиентов и стал использовать ее с личной выгодой. Испытуемому необходимо обозначить свое отношение к описанной ситуации в соответствии с тремя вариантами ответов: 1. Как человек, отработавший в компании определенное время, он имеет на это полное право. 2. Люди, совершающие подобные действия должны быть наказываемы, в том числе уголовно. 3. Даже если я понимаю и не осуждаю этого человека, сам(а) бы никогда так не поступил(а).

Вопросы, выявляющие личную социальную ответственность индивидуума по отношению к компании, исследуется с помощью следующих ситуаций: сотрудник компании, в которой Вы работаете, в ходе проекта с одной из ТОПовых компаний воспользовался возможностью поговорить о своем трудоустройстве в ней. Обозначьте свое отношение к описанной выше ситуации. 1. Только глупцы не используют такие возможности. 2. Даже если я с пониманием (и восхищением) отношусь к подобной ситуации, сам бы на такое никогда не решился (решилась). 3. Представитель ТОПовой компании должен проинформировать о происшествии представителей моей компании и ни в коем случае не брать такого сотрудника на работу.

Вопросы, выявляющие личную социальную ответственность индивидуума по отношению к обществу, включают такие ситуации, как: компания, в которой Вы работаете, тратит прибыль на социальные и филантропические программы. Испытуемому необходимо обозначить свое отношение к описанной ситуации в соответствии с тремя вариантами ответов: 1. Компания только сокращает свои прибыли, в результате ничего не выигрывая. 2. В долгосрочной перспективе компания, безусловно, создает благоприятное социальное окружение и, следовательно, устойчивые прибыли. 3. Даже если компания не получит в будущем никаких дивидендов от подобных программ, я горжусь тем, что мы являемся их инициаторами.

Каждой проблемной ситуации соответствует три варианта ответов, каждый из которых, в свою очередь оценивается по пятибалльной шкале:

- 1 - Совершенно не согласен
- 2 - Скорее не согласен
- 3 - Затрудняюсь ответить
- 4 - Скорее согласен

5 - Совершенно согласен

В методике выделяется четыре шкалы:

уровень личной социальной ответственности по отношению «к другому»,

уровень личной социальной ответственности по отношению к компании,

уровень личной социальной ответственности по отношению к обществу,

общий уровень личной социальной ответственности, подсчитываемый из суммы показателей по остальным шкалам.

Высокий уровень проявления социальной ответственности (общий показатель) соответствует значениям от 77 до 105 баллов, средний – от 49 до 76, низкий – от 21 до 48. Высокий уровень проявления личной социальной ответственности по отношению «к другому» и к обществу соответствует значениям от 22 до 30 баллов, средний уровень данных показателей от 14 до 21 балла, низкий – от 6 до 13. Высокий уровень личной социальной ответственности по отношению к компании выражается значениями от 33 до 45, средний – от 21 до 32, низкий – от 9 до 20.

Для апробации данной методики было проведено исследование, выполненное при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Психолого-экономические механизмы социальной ответственности российского бизнеса в сфере финансов», проект № 12-06-00556а. В исследовании приняли участие 121 студент Финансового университета при Правительстве РФ и 50 государственных служащих и людей, получающих второе высшее образование.

На основании полученных данных можно говорить о том, что при оценке общего уровня социальной ответственности 72% студентов соответствуют среднему уровню личной социальной ответственности и 27% высокому, в то время как среди работающих людей с законченным высшим образованием 50% испытуемых можно отнести к среднему уровню социальной ответственности и 36% к высокому. Интересные данные получены при анализе результатов по шкале я-другой: 68% студентов Финансового университета демонстрируют средний уровень социальной ответственности по отношению к другому как к личности и 29% - высокий. В то время как 82% «взрослых» испытуемых имеют высокий уровень личной социальной ответственности, против 9% в среднем и низком уровнях. И, действительно, наблюдается корреляционная зависимость 0,29 ($p \leq 0,01$) между возрастом испытуемых и их уровнем личной социальной ответственности перед «другим», которая проявляется, согласно опроснику, в соблюдении норм и правил, неявно определенных или неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, сострадания и т. д.), влияющих на качество жизни отдельных людей, например, в готовности

поддержать инициативу сотрудника о перечислении месячной премии в помощь детскому дому.

Таким образом, общий уровень личной социальной ответственности, по-видимому, имеет тенденцию повышаться с возрастом, что определяется реально сложившимися в обществе структурой и характером социальных отношений. Такой компонент личной социальной ответственности как я-другой, напрямую связанный с превращением социальной ответственности из формальной в реальную, придает ей интересубъектный характер, коррелирует с увеличением возраста испытуемых.

Сопоставление результатов «Методики оценки личной социальной ответственности» и данных 16 факторного опросника Кеттелла (R.V. Cattell's 16PF) также позволило выявить интересные закономерности. Как известно, опросник Кеттелла позволяет получить данные по 16 относительно независимым факторам (шкалам первичных черт) личности:

коммуникативные свойства личности включают факторы А (общительность), Н (смелость), Е (доминантность), L (подозрительность), N (дипломатичность), Q2 (самостоятельность);

интеллектуальные свойства включают факторы В (интеллектуальность), М (мечтательность), N (дипломатичность), Q1 (восприимчивость к новому);

эмоциональные свойства определяются факторами С (эмоциональная устойчивость), F (беспечность), Н (смелость в социальных контактах), I (эмоциональная чувствительность), О (тревожность), Q4 (напряженность);

регуляторные свойства личности включают факторы Q3 (самодисциплина), G (моральная нормативность).

Корреляционный анализ результатов исследования показал, что фактор «G» моральной нормативности поведения коррелирует с личным социальным отношением к обществу ($r=0,53999$, $p\leq 0,05$). Иными словами, личная социальная ответственность, проявляемая по отношению к обществу, связана с принятием общепринятых моральных правил и норм, настойчивостью, организованностью, принятием на себя ответственности, руководство чувством долга.

Личная социальная ответственность, проявляемая по отношению к «другому» имеет обратную зависимость, согласно данным нашего исследования, с эмоциональной чувствительностью (фактор I, $r=-0,674077$, $p\leq 0,01$) и дипломатичностью (фактор «N», $r=-0,509016$, $p\leq 0,05$). Полученные данные объяснимы партикуляристским характером нашего общества, согласно которому не всегда можно дать определение тому, что хорошо и правильно, а затем использовать это в качестве этического стандарта. В культурах партикуляристского склада гораздо больше внимания уделяется обязательствам

в рамках межличностных отношений и обстоятельствам, которые не зависят от человека [7].

Личная социальная ответственность, проявляемая по отношению к другому, имеет положительную корреляцию с фактором «F» опросника Кеттелла – беспечность. В целом фактор ориентирован на измерение эмоциональной окрашенности и динамичности в процессах общения. Таким образом, согласно данным нашего исследования личная социальная ответственность по отношению к другому связана с импульсивностью, беспечностью, безрассудностью в выборе партнеров по общению, эмоциональной значимостью социальных контактов, экспрессивностью, эмоциональной яркостью в отношениях между людьми, динамичностью общения, которая предполагает эмоциональное лидерство в группах. Интересен тот факт, что, по мнению специалистов, работающих с опросником Кеттелла, с годами проявление импульсивности и беспечности постепенно снижается, что можно рассматривать как свидетельство определенной эмоциональной зрелости. Таким образом, в исследуемой нами выборке, социальную ответственность по отношению к другому можно рассматривать как проявление эмоциональной незрелости, что в свою очередь также может быть объяснено национально-культурными особенностями нашего общества, диктующего скорее морально-нравственные обязательства перед близким другим, нежели перед законом и обществом в целом [7].

В свете полученных данных можно говорить о том, что такой аспект личной социальной ответственности, как ответственность перед обществом связан с моральной нормативностью поведения, принятием общепринятых моральных правил и норм, настойчивостью, организованностью, принятием на себя ответственности, руководством чувством долга. Личная социальная ответственность, проявляемая по отношению к «другому», напротив, имеет обратную зависимость, с эмоциональной чувствительностью дипломатичностью по отношению к другому и может быть объяснима партикуляристским характером нашего общества.

Помимо этого корреляционный анализ результатов исследования показал, что, если для женской части нашей выборки (10 человек) не существует зависимости личной социальной ответственности к другому, к компании и личной социальной ответственности к обществу со склонностью к нормативному поведению (по шкале G), то у мужчин (10 человек) наблюдается иная картина. Шкала G 16ти факторного теста Кеттела коррелирует с ЛСО испытуемых к другому ($r=-0,70014$, $p\leq 0,05$) и личная социальная ответственность к компании ($r=-0,7215$, $p\leq 0,05$). В тоже время у женщин наблюдается тенденция к связи личной социальной ответственности к другому с личной социальной ответственностью по отношению к обществу ($r=0,610215$), у

мужчин ЛСО к другому связано с ответственностью перед компанией ($r=0,746454$, $p \leq 0,05$).

Иными словами, в исследуемой нами группе мужчин личная социальная ответственность, проявляющаяся по отношению к другому и к обществу, связана с низкой нормативностью поведения и такими личностными характеристиками, как отсутствие усилий по выполнению групповых требований и норм, импульсивность, отсутствие согласия с общепринятыми моральными правилами и стандартами, гибкость по отношению к социальным нормам, свобода от их влияния, иногда беспринципность.

Помимо этого, для мужчин нашей выборки личная социальная ответственность к другому и к компании являются связанным понятиями, в то время как женщины воспринимают личную ответственность по отношению к другому скорее как ответственность перед обществом в целом.

В свете полученных данных можно предположить, что у мужчин и женщин может наблюдаться различная структура личной социальной ответственности: доминирование ответственности перед обществом или ответственности перед компанией. А также личная социальная ответственность может идти в разрез с представлениями о социальной нормативности поведения наших испытуемых и быть связана с гибкостью по отношению к социальным нормам.

Факторный анализ данных исследования «Методики оценки личной социальной ответственности» и пятифакторного личностного опросника МакКрая Р. и Коста П., адаптированного Орлом В.Е. и др. позволил выявить 2 фактора, первый из которых связан со шкалой «ЛСО к другому» (-0,75) и определяется такими параметрами, как Общительность-Замкнутость (-0,73), Привязанность-Обособленность (-0,91) Теплота-Равнодушие (-0,75), Доверчивость-Подозрительность (-0,84), Понимание-Непонимание (-0,72), Уважение других-Самоуважение (-0,76).

Второй фактор – со шкалой «ЛСО к компании» (-0,72) и определяется такими параметрами, как Аккуратность–Неаккуратность (0,74), Настойчивость–Отсутствие настойчивости (0,87).

Иными словами, личная социальная ответственность, проявляющаяся по отношению к другому, связана с такими личностными характеристиками, как склонность к привязанности, доверчивость в отношении, уважение других, теплота в отношении к окружающим, общительность, понимание других.

Личная социальная ответственность по отношению к компании связана с отсутствием настойчивости и аккуратности, т.е. большей склонностью к импульсивности. Таким образом, в исследуемой группе высокие показатели по личной социальной ответственности связаны с позитивным отношением к

людям, потребностью быть рядом с другими, хорошо понимать других людей и с уважительным отношением к окружающим. В тоже время, согласно полученным данным, высокий уровень личной социальной ответственности по отношению к компании, связан с импульсивностью, отсутствием настойчивости и аккуратности, т.е. описываемые люди не проявляют настойчивости во всех делах и не являются, по их собственному мнению, чрезмерно усердными.

Итак, разработанная нами «Методика оценки личной социальной ответственности» индивидуума позволяет оценивать как общий уровень личной социальной ответственности, так и рассматривать ее составляющие: ответственность по отношению «к другому», к компании и к обществу. Общий уровень личной социальной ответственности имеет тенденцию повышаться с возрастом, а такой компонент личной социальной ответственности как я-другой, напрямую связанный с превращением социальной ответственности из формальной в реальную, придает ей интересубъектный характер и коррелирует с увеличением возраста испытуемых. Высокие показатели по личной социальной ответственности связаны с позитивным отношением к людям, потребностью быть рядом с другими, хорошо понимать других людей и с уважительным отношением к окружающим. В то же время, согласно полученным данным, высокий уровень личной социальной ответственности по отношению к компании, связан с импульсивностью, отсутствием настойчивости и аккуратности, т.е. описываемые люди не проявляют настойчивости во всех делах и не являются, по их собственному мнению, чрезмерно усердными. Такой аспект личной социальной ответственности, как ответственность перед обществом связан с моральной нормативностью поведения, принятием общепринятых моральных правил и норм, настойчивостью, организованностью, принятием на себя ответственности, руководством чувством долга. Личная социальная ответственность, проявляемая по отношению к «другому», напротив, имеет обратную зависимость, с эмоциональной чувствительностью дипломатичностью по отношению к другому и может быть объяснима партикуляристским характером нашего общества.

Литература

1. Анненкова Н.В., Камнева Е.В., Буянова С.М. Личностные характеристики индивидуальной социальной ответственности // Акмеология. 2012. № S-2. С.23.
2. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Институт психологии РАН, 2003. 436с.
3. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография/Под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008.

4. Мужичкова Ю.Е., Коробанова Ж.В. Истоки и механизмы социальной ответственности бизнеса: междисциплинарный подход // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2013. № 1. С. 67-74.
5. Муздыбаев К. Психология ответственности. - Л.: Наука, 1983. 240 с.
6. Подшивалов В.Н. Социальная ответственность личности: философско-антропологический аспект: автореф. дис. ... канд. филос. наук: Челябинск, 2009. 25 с.
7. Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса: Пер. с англ. - М.: Попурри, 2004. 527 с.
8. Фромм Э. Иметь или быть. Пер. с англ. Э. Телятниковой. — М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008.
9. Хваловская Н.О. Социальная ответственность бизнеса // Перспективы науки. 2010. №7(09). С.53-56.

RESEARCH OF PERSONAL SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE INDIVIDUAL

Annenkova N. V., Kamnev E.V.

In article different research approaches to a problem of social responsibility, including personal social responsibility are considered. The technique of an assessment of personal social responsibility is described. Research data of personal social responsibility are presented

Keywords: *personal social responsibility, social responsibility, assessment of personal social responsibility.*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСМЕНА (НА ПРИМЕРЕ БИОГРАФИЙ ИЗВЕСТНЫХ БЛАГОТВОРИТЕЛЕЙ)³

Буянова С.В., Коробанова Ж.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассматривается проблема социальной ответственности бизнесменов на примере анализа личностных качеств и мотивов благотворительной деятельности известных российских и зарубежных меценатов, филантропов и благотворителей. Выделены общие и особенные качества личности благотворителей и особенности мотивации оказания помощи и поддержки.

Ключевые слова: бизнес, благотворительность, меценатство, социальная ответственность, личностные качества бизнесменов, мотивы благотворительности.

³ Исследование проводилось при поддержке РГНФ (грант № 12-06-00556а, «Психолого-экономические механизмы социальной ответственности российского бизнеса в сфере финансов»)

В настоящее время в экономике, менеджменте, социологии, психологии актуальной проблемой является проблема социальной ответственности бизнеса. В крупных компаниях наблюдается практика разработки и внедрения концепций корпоративной социальной ответственности. В обществе существуют ожидания в отношении бизнеса в плане его участия в решении социальных проблем.

Соотношение и связь между сферой бизнеса, явлением корпоративной социальной ответственности и социальной ответственностью личности понимается по-разному. Так, М. Портер и М. Крамер считают, что просто хороший, талантливый бизнесмен и социально ответственный бизнесмен – это фигуры нетождественные. Эти авторы считают, что для создания социально ответственного бизнеса нужны специальные усилия, направленные на формирование желания бизнесмена создавать социальные ценности. В результате такой образ мышления бизнесмена должен стать естественным. Свою концепцию М. Портер и М. Крамер называют концепцией создания социальной ценности (CSV) [23].

Исследователи проявляют большой интерес к личностным качествам успешных предпринимателей, бизнесменов, менеджеров, а также к сферам и мотивам социально ответственного поведения в бизнесе. В наших исследованиях представлений людей о сферах социальной активности бизнеса обнаружено, что ведущие позиции в социальной деятельности предприятия, по мнению респондентов, должны отводиться повышению качества продукции и услуг [7; 10]. Затем указываются программы по развитию и обучению персонала, честное налоговое поведение бизнеса и охрана окружающей среды. Благотворительная деятельность не рассматривается в качестве первоочередной. Эти представления только частично соответствуют практике современного бизнеса в России. Так, по данным Агентства политических и экономических коммуникаций компании с очень высоким уровнем социальной ответственности реализуют такие социальные программы, как поддержка ветеранов производства («Газпром»), партнерство в образовательной акции «Тотальный диктант» («Ростелеком»), разработка и реализация социально-значимых проектов в городах присутствия («Росатом») и др. [16]. Агентство отмечает, что популярной сферой для реализации программ социальной ответственности предприятий становится образование («Ростелеком», «Уралвагонзавод», «СИБУР» и др.).

Мотивы социальной ответственности бизнеса рассматриваются как личные мотивы помощи и как цели предприятия. Личная благотворительность диктуется моральным долгом, симпатиями, чувством последующего удовлетворения от осознания исполненного долга, личностью предпринимателя, социальными ролями друга, доброго соседа, отзывчивого человека и пр. [12]. Корпоративная

социальная ответственность преследует расчет, получение прибыли, рекламу, налаживание связей, стремление избежать неприятностей и др. [12].

В ряде наших исследований проверялась гипотеза о взаимосвязи корпоративной социальной ответственности и личной социальной ответственности бизнесменов. Сравнительный анализ представлений о социально ответственном человеке и идеальном бизнесмене показал значимые различия по характеристикам «жесткий», «склонный к риску», «открытый», «отзывчивый», «привлекательный», «независимый». Различия на уровне тенденции были выявлены по следующим характеристикам: «хитрый», «известный», «гибкий». Различий нет по характеристикам «напряженный», «рациональный», «общительный», «активный». Таким образом, профиль социально ответственного человека отличается от профиля идеального бизнесмена. Социально ответственный человек представляется скорее мягким, менее склонным к риску, прямолинейным, открытым, отзывчивым, рациональным, общительным, активным [11].

По данным АМА (American Management Association) психологический портрет бизнесмена включает умение находить новые возможности, инициативность, настойчивость, упорство, ориентацию на эффективность и качество, целеустремленность, стремление быть в курсе событий и новостей, систематическое планирование, наблюдательность, способность убеждать, способность налаживать нужные контакты, независимость, организаторские способности, уверенность в себе [20].

Целью настоящего исследования является анализ личностных и социально-психологических качеств предпринимателей с точки зрения их благотворительной деятельности. Объектом исследования выступили биографии, автобиографии, интервью и другие документальные источники, содержащие информацию о бизнесменах и предпринимателях, известных своей благотворительной деятельностью. Предметом исследования является личность и мотивационная сфера предпринимателя-благотворителя.

Под благотворительной деятельностью традиционно понимается оказание материальной помощи нуждающимся, как отдельными лицами, так и организациям [17]. Понятия «меценатство» и «филантропия» часто используются как синонимичные понятию «благотворительность». Меценатство предполагает поощрение и развитие каких-либо сфер жизнедеятельности (науки, искусства, культуры, спорта, окружающей среды и пр.).

Для анализа были взяты документальные источники, содержащие сведения о личности и деятельности десяти известных предпринимателей конца XIX – начала XX вв. и конца XX – начала XXI вв. (таблица 1).

Таблица 1. Краткие сведения о предпринимателях, занимавшихся (занимающихся) благотворительной деятельностью

	Предприниматель	Сведения о благотворительной деятельности
1	Мамонтов Савва Иванович (1841-1918)	Крупнейший предприниматель, строитель новой экономики и культуры России. Меценат, музыкант, режиссер, скульптор, артист. Создатель так называемого «мамонтовского периода» в истории российской культуры 1870-90-х гг.
2	Морозов Савва Тимофеевич (1862 – 1905)	Предприниматель, благотворитель и меценат. Строитель здания и директор Московского Художественного Театра, финансировал театр в 1899-1904 гг. Активный российский политический и общественный деятель демократического направления.
3	Морозова Варвара Алексеевна (1848 – 1917)	Председатель правления Тверской мануфактуры Морозовых, известная предпринимательница, общественный деятель, благотворительница и меценатка.
4	Сытин Иван Дмитриевич (1851 – 1934)	Предприниматель, прогрессивный общественный деятель, меценат и благотворитель. Выпускал тысячи наименований книг, учебных пособий, календарей, доступных для народа, несколько популярных журналов и самую распространенную в стране газету «Русское слово». Талантливый коммерсант и демократ-просветитель.
5	Эндрю Карнеги (Andrew Carnegie) (1835 -1919)	Самый влиятельный филантроп в американской истории. Основатель благотворительных организаций, самый значительный грантодатель страны. Общий объем пожертвований составил около 350 млн. долларов.
6	Потанин Владимир Олегович	Благотворительный фонд Владимира Потанина поддерживает образование и культуру, предоставляет стипендии талантливым студентам и преподавателям, его бюджет в год составляет более 8 миллионов долларов.
7	Дерипаска Олег Владимирович	Фонд «Вольное дело» поддерживает талантливую молодежь, школы, тратит средства на реабилитацию инвалидов, восстановление храмов, монастырей. Одна из его программ «Храмы России» оперирует средствами 7 млн. долларов в год.
8	Усманов Алишер Бурханович	В 2013 году занял первое место в рейтинге российских меценатов по версии журнала Forbes. Потратил на благотворительность в 2013 году около \$92 млн. В 2007 году приобрел выставленную на продажу коллекцию искусства Мстислава Ростроповича и Галины Вишневской, состоящую из 450 лотов. Безвозмездно передал коллекцию российскому правительству, в данный момент она экспонируется в Константиновском дворце в Санкт-Петербурге.
9	Зимин Дмитрий Борисович	Российский предприниматель, благотворитель, основатель фонда «Династия», соучредитель премии «Просветитель».
10	Билл Гейтс (William Henry Gates III)	Американский предприниматель и общественный деятель, филантроп. Сопредседатель благотворительного Фонда Билла и Мелинды Гейтс.

В качестве критериев анализа выделены:

1. Фактические сведения о видах и формах благотворительной деятельности и объемах ее финансирования.
2. Личностные качества бизнесмена.
3. Мотивы благотворительной деятельности

1. *Фактические сведения о видах и формах благотворительной деятельности и объемах ее финансирования* представлены в таблице 1.

2. *Личностные качества предпринимателей.* Чаще всего в биографиях, автобиографиях, свидетельствах современников, интервью бизнесменов упоминаются такие качества, как энергичность, активность, образованность, эрудиция, рационализм, напористость, настойчивость, широта интересов. Особенности качества анализируемых бизнесменов также разнообразны: гуманность, публичность или, напротив, закрытость, тонкость, рефлексивность, интуитивное мышление и др.

Например, выраженными чертами характера Э. Карнеги являются жизнерадостность, оптимизм, умение смеяться над проблемами [5]. Биограф Карнеги описывает его как относительно гуманного человека по меркам магнатов 19-го века [21].

Современники С.Т. Морозова характеризовали его как человека большого ума, тонкого, думающего, обладающего энциклопедическими познаниями, с широкими интересами, с хорошо развитым эстетическим вкусом. «Морозов был из тех людей, которые жадны до новой информации. Пожалуй, приобретение этой информации, этих знаний доставляло ему гораздо большее удовольствие, нежели обладание солидными материальными ценностями» [18]. С.Т. Морозов был весьма публичным человеком. Его яркая личность и масштабные дела приковывали к себе внимание современников и обрастали легендами.

В.А. Морозова – умная и волевая женщина, прообраз современных бизнесвумен. Широко образованная, деловая и практичная, фанатичная в работе, настойчивая, всегда подтянутая, требовательная и не прощавшая ошибок, она и с собственными детьми держалась эмоционально сдержано, строго и сухо. «Утром щелкает в конторе костяшками на счетах, вечером извлекает теми же перстами волшебные шопеновские мелодии, беседует о теории Карла Маркса и зачитывается новейшими философиями», – писал о ней современник.

И.Д. Сытин отличался невероятным трудолюбием, энергией, предпринимательской смекалкой, развитым интуитивным мышлением. При этом он не получил хорошего образования и считал себя «малограмотным».

О С.И. Мамонтове его сын Всеволод в своих воспоминаниях напишет: «... всем, что он делал, тайно руководило искусство...» [8]. Он был талантлив во всем: скульптор, актер, режиссёр, художественный руководитель театра, поэт,

автор пьес. Савва Иванович имел особый дар намного раньше, чем другие, уловить в человеке талант. Васнецов напишет о Мамонтове, что его роль во многих «областях общественной жизни значительна, как личности одарённой, творческой... Он ...привлекал к себе... особенной чуткостью и отзывчивостью ко всем тем чаяниям и мечтам, чем жив и живёт художник...» [8]. «...Всё в своей жизни делал сам...», – этой весомой фразой сказано о Савве Ивановиче Мамонтове главное. Он был человеком неутомимой энергии и исключительной работоспособности.

Д.Б. Зимин – человек книги. О себе Д.Б. Зимин говорит, как о патриоте, стопроцентном атеисте. «В последние годы мое поведение определяют две вещи: лень и честолюбие, и обе – в невероятных размерах. Из-за лени и честолюбия я сделал все для того, чтобы фонд «Династия» был вечным. Лень и честолюбие. И еще, конечно, азарт. Я азартный, безусловно, человек. Азарт! Ребята, все можем!» [19]. Заместитель председателя Правительства РФ Аркадий Дворкович пишет: «Дмитрий Борисович – один из людей, которых я искренне уважаю просто за то, как они живут. Человек слова и дела, мудрый наставник. Его добрая деятельность по формированию нового научного поколения в рамках фонда «Династия» – пример жертвования. Своим временем, своими честно заработанными деньгами, значительной части своей души. И фонд – это логичное продолжение удачного построения современной, конкурентоспособной компании «ВымпелКом». Прежде всего – за счет умения правильно подбирать команду, доверять ей, но оставаться лично вовлеченным во все стратегические решения» [15]. Способность «безумно увлекаться» и увлекать других делом, которым он занимался, является неотъемлемым качеством личности Д.Б. Зимина.

По словам бывшей жены, В.О. Потанин – «человек, который всегда идет к заранее намеченной цели и четко просчитывает маршрут», «Он и в семье был достаточно жестким. В семье всегда был патриархальный уклад». Подчиненные описывают Потанина как руководителя активного, очень четко понимающего свои функции первого лица компании. К его личностным качествам относятся такие, как адекватность, яркость, остроумие, жизнерадостность, серьезность. О В.О. Потанине пишут, что «ответственность за себя и свою работу, привитая еще со школы, помогла ему добиться многого», «Потанин любил побеждать во всем». Ему присущи невероятное чутье и змеиная мудрость, врожденная дипломатичность и чувство юмора. А еще в школе Потанин отличался незаурядным музыкальным талантом и пел на всех школьных вечерах, а также играл в футбол. Сам о себе Владимир Олегович пишет: «Лидерские наклонности у меня проявились еще в детстве. Мне нравилось быть первым, нравилось побеждать в соревнованиях. Например, выигрывать в футбол, если получалось.

Если не получалось, я очень расстраивался. Нравилось самому забивать голы. Все это было. Но, несмотря на лидерство, мне никогда не хотелось быть сильнейшим среди слабых. Например, если я видел, что кто-то бежит быстрее меня, прыгает дальше, в футбол играет лучше, у меня возникала потребность общаться именно с этим человеком», «Я отношу себя к той категории людей, которые умеют держать удар. И люблю себя ощущать в энергетически насыщенной ситуации. Мне нравится борьба, я от нее не уйду, я в ней участвую. И даже если меня не устраивают правила, я борюсь все равно. Я борюсь по любым правилам. Одни могут быть приятнее, другие нет, но я могу защищаться в любой обстановке». Близко знающие Потанина люди отмечают его потрясающую работоспособность и «маниакальное чувство цели».

А.Б. Усманов характеризуется закрытостью в плане благотворительной деятельности, выступает категорически против афиширования благотворительной помощи [9].

О.В. Дерипаска характеризуется, по свидетельствам сокурсников, как очень активный человек. По его словам, армия выработала в нем необходимую жесткость и требовательность к подчиненным. «Неординарная личность», «лидер в классе», «очень отзывчивый» – так отзываются о Дерипаске его учителя. Есть другое мнение. «Он всегда был недипломатичен и наживал врагов», – говорит многолетний партнер Дерипаски Михаил Черной. «Чётко определять цели, работать над собой, читать по 400 страниц в день» – таков секрет успеха генерального директора компании «Базовый элемент» и холдинга «Русский алюминий» Олега Дерипаски, которым он поделился со студентами ИрГТУ в феврале 2011 года.

Б. Гейтса описывают как человека, достаточно скромного в повседневной жизни, во внешнем облике. О себе Гейтс пишет: «Я оптимист, но это не значит, что я смотрю на мир сквозь розовые очки», «Я не наглый человек. Даже наоборот: я скромный, вежливый и разочарованный», «Жизнь будет намного веселее, если все вызовы решать творчески».

3. *Мотивы благотворительной деятельности*: моральные обязательства, социальная совесть, стремление достичь заветной мечты, объективные обстоятельства, стремление и желание помочь и др.

Отношение к благотворительности некоторых из рассматриваемых предпринимателей выражается в ценностной концепции. Так, Э. Карнеги в статье «Богатство» (Wealth, 1889) изложил свое отношение к благотворительной деятельности и сформулировал свою доктрину. Карнеги считал, что богатые являются просто «попечителями» своих богатств и находятся под моральным обязательством распределить их таким образом, чтобы обеспечить благополучие и счастье простых людей. В своей теории Карнеги утверждает, что человек

должен первую часть своей жизни посвящать накоплению, а вторую – раздаче денег. «Таковым, следовательно, должен быть долг богатого человека: прежде всего подавать пример скромной, непритязательной жизни, избегая показухи и экстравагантности, обеспечивать в умеренных масштабах законные нужды зависимых от него лиц, а после выполнения этих требований рассматривать получаемые им избыточные доходы всего лишь как трастовые фонды, доверенные его управлению и строго подлежащие его управлению, которое, по его мнению, рассчитано на достижение наиболее выгодных для общества результатов. Таким образом, богатый человек становится простым агентом и попечителем своих более бедных собратьев, предоставляя к их услугам свои мудрость, опыт и свои несомненные способности к управлению и делая для них больше, чем они сделали бы или могли бы сделать для себя сами» [22]. Самая известная цитата Карнеги о моральных обязательствах богатых людей перед обществом: «Человек, который умирает богатым, умирает опозоренным».

Основной сферой благотворительных вложений Карнеги были библиотеки. Карнеги писал в автобиографии, что пошел по стопам отца, который вместе с пятью другими жителями города сделал доступными свои книги для соседей [5]. Таким образом, вероятно, мотивы благотворительной деятельности продиктованы детским и юношеским опытом Карнеги.

С.Т. Морозов описывается как человек постоянно рефлексирующий, пытающийся понять свое предназначение и следовать ему. Он руководствовался в своих поступках тем, что можно назвать социальной совестью. Как пишут его биографы, Морозов понимал, что, как человек очень богатый, имеющий связи в обществе, он может кое-что изменить в течении русской жизни, и, действительно, старался продвигать необходимые, с его точки зрения, преобразования [18].

В.А. Морозова твердо придерживалась правила: жертвовать нужно исключительно для того, чтобы «учить или лечить народ». Она вела строгий счет каждому целковому и никогда не позволяла вовлечь себя в бесполезную, с ее точки зрения, благотворительную акцию. Варвара Алексеевна писала, что «...разум мне говорит, что нужно переменить образ жизни, т.е. во-первых, не так заниматься собою, во-вторых, всю жизнь свою посвятить на добро...», «...новые желания, новые стремления, хочу совершенно перемениться и, разумеется, к лучшему, хочу жить порядочно, если не совсем хорошо. Вот мой задуманный план. Во-первых, по возможности помогать бедным, не транжирить по пустому деньги, а главное, к чему я очень не склонна, не осуждать никого» [2].

Для Ивана Дмитриевича Сытина, выходца из народа, заветной мечтой была мечта о просвещении русского народа, иногда даже в ущерб себе как

предпринимателю. Он был очень богатым человеком, предприимчивым дельцом, умевшим все взвесить, все подсчитать и остаться с прибылью [4]. Но его крестьянское происхождение, его упорное стремление приобщить простых людей к знаниям, к культуре, вероятно, и были мощными мотивами его просветительской деятельности и меценатства.

«...Кому делал добро, тот вспомнит меня в своей совести...» – из записки С.И. Мамонтова. Я.А. Тучендхольд напишет уже после смерти Мамонтова: «Другие коллекционировали искусство, он же его двигал. Можно говорить о целом мамантовском периоде русской литературно-художественной жизни, ибо Мамонтов был ее средоточием в 80-х-90-х гг.» Ему вторит и В.М. Васнецов, который называл Савву Ивановича «творцом художественной среды» России рубежа веков. «Твой дом, как и сердце Твое, был открыт для всех нас. И мы тянулись туда, как растение к теплу. Не Твое богатство манило нас ..., а то, что в Твоем доме мы, художники, чувствовали себя объединенными, отогретыми, бодрыми духом» – так писал в самом конце XIX века известный российский скульптор Марк Антокольский [6].

Наш современник Д.Б. Зимин считает, что «отход с возрастом от управления крупным бизнесом и полное переключение на благотворительность – стандартная жизненная траектория многих, если не большинства бизнесменов везде и всегда. А многие из них начали заниматься благотворительностью еще в разгар своей бизнес-деятельности. ... Я же просто самый старый из них, поэтому одним из первых и ушел в отставку, сосредоточившись на благотворительности. То же самое, конечно, сделают и они. В свое время.... Да я и не знаю ни одного крупного бизнесмена, который, отойдя от дел, не занялся бы благотворительностью. Нигде в мире такого нет. Ну, или очень мало» [1]. Позиция Д.Б. Зимина очень близка взглядам Э. Карнеги. Кроме объективного течения бизнеса, Д.Б. Зимин говорит о важности получения удовольствия от того дела, которым человек занимается: «Я вообще гедонист, люблю заниматься тем, что доставляет мне удовольствие. А общественное благо... Нет, я, конечно, не собираюсь заниматься антиобщественными делами, избави бог, но в благотворительности я вижу для себя прежде всего источник удовольствия. А то, что это совпадает с общественным благом... ну что ж, тем лучше и для меня, и для общественного блага» [1].

В начале 2013 года В. Потанин стал первым из российских предпринимателей, присоединившихся к филантропической кампании «Клятва дарения», выразив таким образом согласие передать не менее половины своего состояния на благотворительность. Потанин пишет: «Такого рода решения люди сами принимают. По крайней мере, лично я ни с кем не советовался, это, наоборот, такой плод моих внутренних размышлений был». В качестве мотива

благотворительности В.О. Потанина выступает воспитание лидеров. «Фонд сразу же определил свой главный приоритет: поддержка будущих лидеров. Ведь только лидеры могут подать пример, повести за собой других людей, создать благоприятную среду для позитивных изменений. То есть выбор Фонда – это поиск и отбор лучших. Воспитание лидеров позволяет решать системные вопросы, не важно, в каком масштабе и в какой отрасли. Лидер способен не просто «проесть» полученные деньги, а вложить их в свое дальнейшее развитие, у него получается то, что мы называем «жизнь после гранта» [14].

А.Б. Усманов считает, что мотивы благотворительности – это простое желание помочь. «Мотивация пожертвования личных средств – от высоких чувств, стремления души до элементарной необходимости помогать людям, которые в этом нуждаются. Поэтому смысл благотворительности как для себя, так и для общества в целом вижу только в одном – люди должны любить ближних, как самих себя. Если ты можешь что-то сделать, а в материальном мире это можно сделать той или иной формой финансового участия, то надо этим обязательно заниматься по мере твоего успеха в бизнесе» [9].

О мотивах благотворительности О. Дерипаска пишет: «Я уверен, что у России есть огромный потенциал для дальнейшего развития и все условия, чтобы быть процветающей страной. Но реализовать этот потенциал можно только усилиями неравнодушных и профессиональных людей. Поэтому главная цель всех социальных программ, которые реализую я сам и мой Фонд «Вольное Дело», в запуске механизмов для поддержки таких людей и роста их числа. Ведь именно целеустремленные и активные люди меняют окружающий мир, создают то, чем гордятся целые поколения, меняют наш мир и нашу жизнь к лучшему. Как достичь этих целей? На мой взгляд, прежде всего через поддержку образовательных и научных проектов, развитие культуры, сохранение традиций, улучшение социальной среды в регионах» [3].

Б. Гейтс всегда подчеркивал, что деньги не являются для него самоцелью, за всем этим, успехом, славой, состоянием, должно быть что-то больше, какая-то цель, полезная людям, способная изменить мир. «Я, – говорит Гейтс, – не разделяю категоричного мнения Э. Карнеги и не считаю, что наше состояние должно иссякнуть. Но его философия идет в правильном направлении. Я считаю, что следует вернуть что-то обществу, которое позволило тебе стать богатым. И сделать это стоит по-умному". Умным Гейтс считает пример Дэвида Рокфеллера, с которым он неоднократно встречался. По примеру Рокфеллеров Гейтсы решили жертвовать деньги на решение глобальных и национальных проблем, которым не уделяют необходимых средств правительства и международные организации [13].

Выводы:

У описанных благотворителей и меценатов присутствуют такие качества, как настойчивость, целеустремленность, лидерские качества, талант, творческое начало, жесткость, и даже жестокость, оптимизм, практичность, увлеченность своим делом. Такие личностные качества соответствуют представлениям как о социально ответственном, так и об идеальном бизнесмене.

Мотивы благотворительной деятельности – для благотворителей XIX века – стремление помочь людям, развить науку и культуру, просвещение и здравоохранение. Не случайно XIX век называют «золотым веком» меценатства.

Мотивы благотворительности для современных бизнесменов – воспитание лидеров, людей, способных осуществлять прогресс, поддержка талантливой молодежи, развитие науки и образования, спорта, решение национальных проблем.

Многие предприниматели пришли к благотворительности как продолжатели династий благотворителей, последователи дела отцов. Детские и юношеские годы оказали определенное влияние на путь в бизнесе этих людей.

Данная статья является поводом к дальнейшему исследованию качеств известных благотворителей, связанных с понятием социальной ответственности.

Литература

1. Бурмистров П. Гедонист на службе обществу// «Русский репортер», 2011, №3 (181).
2. Варвара Алексеевна Морозова: На благо просвещения Москвы. ... Текст Н.А. Круглянской и В.Н. Асеева. М., Русский путь, 2008. – 176 с.
3. Дерипаска О. Официальный интернет-сайт. Благотворительность. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.deripaska.ru/charity/>. Дата обращения: 9.11.2014 г.
4. Жизнь для книги: И.Д. Сытин. Страницы пережитого: Современники о И.Д. Сытине. — М.: Книга, 1978. — 352 с.
5. Карнеги Э. История моей жизни. — М.: РОССПЭН, 2007. — 239 с.
6. Копшицер М. И. Савва Мамонтов. – М.: Искусство, 1972. – 271 с.
7. Коробанова Ж.В. Локус контроля как механизм социальной ответственности личности // Актуальные проблемы социальной и экономической психологии: методология, теория, практика: Сб. научных статей / Отв. ред. А.Н. Лебедев. – М.: Экон-информ, 2013. С. 48-55.
8. Мамонтов В.С. Воспоминания о русских художниках. – М., 1950.
9. Мирсияпова Х. Алишер Усманов «У меня нет наследников». ForbesLife: Благотворительность. 30.08.2013 [Электронный ресурс] Режим доступа:

- <http://www.forbes.ru/forbeslife/blagotvoritelnost/244064-alisher-usmanov-u-menyu-net-naslednikov> Дата обращения: 6.11. 2014 г.
10. Мужичкова Ю.Е. Особенности представлений о социальной ответственности бизнеса // Актуальные проблемы социальной и экономической психологии: методология, теория, практика: Сб. научных статей / Отв. ред. А.Н. Лебедев. – М.: Экон-информ, 2013. С. 65-75.
11. Мужичкова Ю.Е., Коробанова Ж.В. Сравнительный анализ представлений о социально ответственном человеке и идеальном бизнесмене // Психологические барьеры социально-экономических изменений в российском обществе: Материалы научной Интернет-конференции с международным участием 11-25 ноября 2013 года / Отв. ред. А.Н. Лебедев. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2013. С. 36-38.
12. Оберемко О.А. Благотворительность в моем городе: Состояние благотворительности в городах Подмосковья / Отв. ред. Н.Ш. Бердникова. М.: Институт социальной и гендерной политики, 2006.
13. Поляковский О. Билл Гейтс уходит в благотворительность / «Эхо планеты». – №3 (18 - 24 января 2008). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.jur-jur.ru/articles/articles502.html> Дата обращения: 9.11.2014 г.
14. Потанин В.О. Официальный интернет-сайт Благотворительного фонда В. Потанина. Обращение. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.fondpotanin.ru/v-potanin-c53>. Дата обращения: 9.11.2014 г.
15. Проскурякова А. Последний романтик / Spear's – 2014. – №4 (37). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://pbwm.ru/articles/posledniy-romantik--2> Дата обращения: 9.11.2014 г.
16. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в мае 2014 года. Агентство политических и экономических коммуникаций. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.apesom.ru/projects/item.php?SECTION_ID=90&ELEMENT_ID=1095 Дата обращения: 6.11.2014 г.
17. Современный толковый словарь. – М.: БСЭ, 1997.
18. Федорец А.И. Савва Морозов (Серия «Жизнь замечательных людей») – М.: Молодая гвардия, 2013. – 388 с.
19. Ципенюк О. Пороть меня было некому / Ъ-Огонек. – 24 февраля 2014. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.dynastyfdn.com/news/1125> Дата обращения: 9.11. 2014 г.
20. Шасимов Д. Психологический портрет бизнесмена. The Business Курьер. Деловая газета в Великобритании. Август, 2012. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://thebusinesscourier.co.uk/2012/08/08/psihologicheskij-portret-biznesmena/>. Дата обращения: 6.11.2014 г.

21. Andrew Carnegie. The American Experience. PBS. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pbs.org/wgbh/amex/carnegie/filmmore/description.html>. Дата обращения: 6.11. 2014 г.
22. Carnegie A. Wealth. North American Review, 1889.
23. Porter, M., Kramer M., Creating Shared Value: How to reinvent capitalism - and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review, January-February, 2011, 17 p.

***PSYCHOLOGICAL PORTRAIT OF SOCIAL RESPONSIBILITY BUSINESSMAN
(ILLUSTRATED BY BIOGRAPHIES OF FAMOUS PHILANTHROPISTS)***

Buyanova S.V., Korobanova J.V.

In the article the problem of social responsibility of businessmen by analyzing the personality and motives of the charitable work of the famous Russian and foreign patrons, philanthropists and benefactors. Allocated General and special qualities of philanthropists and features of motivation of help and support.

Keywords: *business, charity, philanthropy, social responsibility, business personality, motives of charity.*

**ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ФАКТОРОВ НА ДОЛГОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

Гагарина М. А.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Статья посвящена изучению влияния психологических и экономических факторов на принятие решений о порядке погашения задолженностей. В качестве психологических факторов рассматриваются представления о собственном долговом поведении и личностные черты, а в качестве экономических – сумма денежных средств, доступных к размещению и процентная ставка. Приводятся результаты эмпирического исследования, подтверждающие гипотезу о влиянии психологических особенностей на долговое поведение респондентов.

Ключевые слова: личностные черты, долговое поведение, принятие решений, теория перспектив.

Изучение влияния экономических и психологических факторов на долговое поведение, а также их взаимосвязей представляет интерес как для экономистов, так и для психологов. Большинство из уже проведенных исследований по долговому поведению посвящены выявлению социально-демографических характеристик заемщиков и должников, определению целей и размеров займов, а также критериям выбора кредитной организации [2]. Понимание психологических механизмов принятия решения о погашении

задолженности позволит разработать более эффективную систему профилактики роста задолженностей среди населения.

Методологической основой данного исследования явилась теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски. Принятие решения, в том числе и в случае долгового поведения, осуществляет живой человек. Еще в 70-е годы работы Д. Канемана, А. Тверски, П. Словика и др. показали, что во многих ситуациях люди просто не способны в должной мере проводить анализ альтернатив с использованием теории вероятности и вынуждены опираться в своих решениях на эвристические методы [3, с.21]. Эвристические принципы сводят сложные задачи оценки вероятностей и прогнозирования значений величин до более простых операций [4, с.10-12], вследствие чего люди склонны допускать систематические ошибки.

Если мы будем рассматривать вариант с множественными долгами как проблемную ситуацию, требующую разрешения, то основой для принятия решения о порядке погашения задолженностей должны выступать экономические факторы: размер задолженности и годовая процентная ставка. Если сумма, доступная к размещению в счет погашения задолженностей, не достаточна для одновременной оплаты всех долговых счетов, то первой должна быть оплачена самая большая задолженность с наибольшей годовой процентной ставкой. Объективно – сумма, доступная к размещению, не должна влиять на решение о погашении задолженности [5]. Однако наше предыдущее исследование показало обратное [1] и мы предполагаем, что наряду с экономическими факторами большую роль будут играть и факторы психологические – например, личностные особенности.

В соответствии с гипотезой исследования методика исследования была видоизменена и дополнена опросником «Большая пятерка», позволяющим выявить личностные особенности респондентов, и «Опросником долгового поведения», направленным на выявление представлений респондентов о своем долговом поведении.

Опросник «Большая пятерка» включает пять шкал: Экстраверсия – интроверсия, Нейротизм – эмоциональная устойчивость, Открытость – закрытость к новому опыту, Сознательность – несобранность, Доброжелательность – враждебность. Шкалы имеют следующие показатели степени выраженности: 0—3: низкая; 4—6: ниже среднего; 7—9: средняя; 10—12: выше среднего; 13—16: высокая. Высокие значения соответствуют экстраверсии, нейротизму, открытости, сознательности и доброжелательности.

«Опросник долгового поведения» включает четыре шкалы: Избегание долгов – долг как стиль жизни, Рациональное – иррациональное долговое поведение, Эмоциональное неприятие долга – терпимое отношение к долгу,

Интернальность – экстернальность в долговом поведении и общий показатель, характеризующий отношение к долгам. По каждой шкале респонденты могли набрать от 8 до 40 баллов. Высокие баллы соответствуют избеганию долгов, рациональному долговому поведению, эмоциональному принятию долга, интернальности и более негативному общему отношению к долгу.

Для определения решения о порядке погашения задолженности респондентам предлагалось два кредитных портфеля, включающих 6 кредитных карт. Первый портфель:

Долг 1: 12560 руб., 20%; Долг 2: 39800 руб., 19%; Долг 3: 61620 руб. 24%; Долг 4: 69350 руб. 21%; Долг 5: 73400 руб. 28%; Долг 6: 59704 руб. 30%. Респонденту поочередно предлагались суммы для погашения задолженностей: (а) достаточная для погашения наименьшего долга с низкой процентной ставкой (15000 руб.), (б) недостаточная для погашения наименьшего долга с низкой процентной ставкой (10000 руб.), (в) значительно превышающая наименьший долг с низкой процентной ставкой (70000 руб.).

Второй портфель: Долг 1: 11450 руб., 20%; Долг 2: 22705 руб., 19%; Долг 3: 38620 руб., 24%; Долг 4: 15400 руб., 21%; Долг 5: 94720 руб., 28%; Долг 6: 155800 руб., 30%. Суммы для погашения задолженностей: (а) достаточная для погашения наименьшего долга с низкой процентной ставкой (12000 руб.), (б) недостаточная для погашения наименьшего долга с низкой процентной ставкой (9000 руб.), (в) достаточная для погашения наибольшего долга с высокой процентной ставкой (160000 руб.).

Первый портфель более однороден по структуре: разница между наибольшим и наименьшим долгом составляет 60840 руб. и имеет тенденцию уменьшаться по мере увеличения суммы задолженности, не считая одного выброса (между значениями 61620 руб. и 59704 руб.). Во втором портфеле мы имеем дело с несколькими небольшими задолженностями, почти не отличающимися друг от друга, и двумя значительно большими долгами; разброс значений превышает 144 тыс. руб.

Выборка составила 152 человека. Возраст от 16 до 67 лет ($M=21$, $SD=6,2$); среди них 54 мужчины и 93 женщины, 5 человек пол не указали. Среди респондентов были студенты вузов, лица, имеющие экономическое, техническое и гуманитарное высшее образование.

Рассмотрим результаты исследования.

Описательная статистика по методике «Большая пятерка» показала, что большинство респондентов имеют высокие значения по шкале Экстраверсия – интроверсия (мода 12, среднее 10), Открытость – закрытость новому опыту (мода 13, среднее 11) и Доброжелательность – враждебность (мода 13, среднее 11). Значения по шкалам Нейротизм – эмоциональная устойчивость (мода 11,

среднее 11) и Сознательность – несобранность (мода 10, среднее 11) несколько ниже, но все равно попадают в диапазон выше среднего. Таким образом, наши респонденты могут быть охарактеризованы как экстраверты, эмоционально неустойчивые, открытые новому опыту, сознательные и доброжелательные.

По «Опроснику долгового поведения» мы видим, что респонденты имеют высокие баллы по шкале избегания долгов (среднее и мода 29) и рациональности долгового поведения (среднее 28, мода 30). Средние баллы по эмоциональному отношению к долгу (среднее 21, мода 23) и мотивации долгового поведения (среднее 24). То есть на уровне представлений респонденты стремятся избегать долгов, считают себя рациональными, нейтрально относятся к долгам и готовы нести ответственность за собственное долговое поведение.

Теперь обратимся к выбранным респондентами решениям по погашению задолженностей по кредитным портфелям. При погашении задолженностей по первому портфелю рационально было разместить всю сумму в счет погашения наибольшего долга с высокой процентной ставкой (Долг 5), однако так поступили: при наличии 15000 руб. – 15 чел., при наличии 10000 руб. – 20 чел., при наличии 70000 руб. – 15 чел., и 5 чел. допустили математические ошибки при размещении сумм.

При погашении задолженностей по второму портфелю рационально потратить всю сумму (но не более суммы задолженности) на покрытие Долга 6. Из 152 чел. Так поступили: при наличии 12000 руб. – 24 чел., при наличии 9000 руб. – 55 чел., при наличии 160000 руб. – 56 чел. Интересно, что даже при наличии суммы достаточной для погашения наибольшего долга с самой высокой процентной ставкой восемь респондентов предпочли начать погашение с наименьшего долга и закрыть четыре небольших долга, то есть продемонстрировали стратегию аверсивного долгового поведения [5], а 6 человек разделили деньги между всеми счетами.

Рассмотрим, как связаны суммы, направленные на погашение задолженностей и личностные особенности респондентов; для этого проанализируем полученные достоверные корреляции по двум кредитным портфелям и шкалам опросник «Большая пятерка», таблицы 1 и 2.

При наличии суммы, значительно превышающей наименьший счет и достаточной для закрытия большого счета с самой высокой процентной ставкой, между шкалой Сознательность – несобранность обнаружены корреляции: отрицательные с тенденцией закрывать наименьший счет (Долг 1) и счет с самой низкой процентной ставкой (Долг 2) и положительная ($r=0,3$; $p<0,05$) с закрытием наибольшего долга с высокой процентной ставкой (Долг 5). То есть, в данных условиях, чем выше сознательность, тем более рациональную стратегию погашения задолженностей демонстрируют респонденты.

Таблица 1. Коэффициенты корреляции Пирсона (* $p < 0,05$) шкал «Большой пятерки» и сумм, размещенных в счет погашения каждого долга, кредитный портфель 1.

		Экстр. — интр.	Нейротизм — эмоц. устойчивость	Открытость — закрытость новому опыту	Сознат. — несобранность	Доброжелат. — враждебн.
15000 руб.	Долг 1 12560(0,2)	-0,29*	-0,24*	-0,04	-0,09	-0,08
	Долг 2 39800(0,19)	-0,11	-0,13	0,00	0,16	-0,20
	Долг 3 61620(0,24)	0,17	-0,03	0,01	-0,12	0,05
	Долг 4 69350(0,21)	0,12	0,00	0,01	-0,03	0,01
	Долг 5 73400(0,28)	0,10	-0,05	0,06	0,09	0,14
	Долг 6 59704(0,3)	0,17	0,32*	-0,01	-0,02	0,02
10000 руб.	Долг 1 12560(0,2)	-0,12	-0,14	0,07	-0,06	0,07
	Долг 2 39800(0,19)	-0,02	-0,04	-0,10	0,04	-0,04
	Долг 3 61620(0,24)	0,01	-0,13	-0,05	0,04	-0,01
	Долг 4 69350(0,21)	0,04	0,07	0,03	0,19	0,06
	Долг 5 73400(0,28)	0,06	0,06	-0,04	0,00	0,06
	Долг 6 59704(0,3)	0,05	0,09	-0,02	-0,01	-0,12
70000 руб.	Долг 1 12560(0,2)	-0,01	-0,06	-0,12	-0,24*	0,13
	Долг 2 39800(0,19)	0,03	0,02	-0,09	-0,24*	0,00
	Долг 3 61620(0,24)	-0,04	-0,09	0,00	0,02	0,01
	Долг 4 69350(0,21)	0,10	0,12	0,14	0,08	-0,06
	Долг 5 73400(0,28)	0,02	-0,11	-0,05	0,26*	-0,08
	Долг 6 59704(0,3)	0,00	0,06	0,03	-0,11	0,08

По второму портфелю при наличии суммы достаточной для покрытия наибольшего долга с наибольшей процентной ставкой обнаружена положительная корреляция между шкалой Экстраверсия – интроверсия и закрытием счета «среднего» по процентам и размерам (Долг 4). При наличии суммы недостаточной для закрытия наименьшего счета с низкой процентной ставкой обнаружена отрицательная корреляция между шкалой Сознательность – несобранность и стремлением закрывать счет с самой низкой процентной ставкой (Долг 2). Большая сознательность коррелирует с более рациональным долговым поведением.

Таблица 2. Коэффициенты корреляции Пирсона (* $p < 0,05$) шкал «Большой пятерки» и сумм, размещенных в счет погашения каждого долга, кредитный портфель 2.

		Экстр. — интр.	Нейротизм — эмоц. устойчивость	Открытость — закрытость новому опыту	Сознат. — несобранность	Доброжелат. — враждебн.
160000 руб.	Долг 1 11450(0,2)	0,19	-0,03	0,07	-0,11	0,08
	Долг 2 27050(0,19)	0,18	-0,06	0,08	-0,06	-0,03
	Долг 3 38620(0,24)	0,18	-0,01	0,08	-0,02	0,02
	Долг 4 15400(0,21)	0,24*	-0,05	0,07	-0,08	0,10
	Долг 5 94720(0,28)	0,08	-0,06	-0,16	-0,13	-0,01
	Долг 6 155800(0,3)	-0,18	0,06	0,05	0,12	-0,01
9000 руб.	Долг 1 11450(0,2)	-0,21	-0,02	-0,04	0,06	-0,07
	Долг 2 27050(0,19)	0,04	0,16	-0,16	-0,27*	0,06
	Долг 3 38620(0,24)	0,04	0,13	0,03	0,16	0,04
	Долг 4 15400(0,21)	-0,08	-0,15	-0,09	-0,08	0,08
	Долг 5 94720(0,28)	0,15	0,12	0,08	-0,08	0,08
	Долг 6 155800(0,3)	0,16	-0,04	0,08	0,04	-0,01
12000 руб.	Долг 1 11450(0,2)	-0,08	-0,05	-0,05	-0,09	-0,12
	Долг 2 27050(0,19)	-0,02	0,09	-0,12	-0,01	-0,03
	Долг 3 38620(0,24)	0,02	-0,03	0,07	0,03	0,03
	Долг 4 15400(0,21)	0,03	0,20	-0,02	0,18	0,05
	Долг 5 94720(0,28)	-0,01	-0,21	0,13	0,08	0,09
	Долг 6 155800(0,3)	0,07	0,07	0,01	0,00	0,07

Теперь рассмотрим, как связаны представления о собственном долговом поведении и принятие решения о порядке погашения задолженностей. Результаты отражены в таблицах 3 и 4.

При наличии суммы достаточной для погашения наименьшего долга с низкой процентной ставкой обнаружена достоверная положительная корреляция между суммой, размещенной в счет погашения Долга 1 и шкалой Эмоциональное принятие – непринятие долга. То есть, чем выше эмоциональное непринятие долга, тем больше денег респондент размещает в счет погашения наименьшего долга. Когда сумма денежных средств значительно превышает

наименьший долг наблюдается обратная зависимость между эмоциональным неприятием долга и закрытием Долга 2 с самой низкой процентной ставкой. То есть, если условия задачи провоцируют респондента действовать нерационально и закрывать наименьший долг полностью, респонденты, испытывающие большее эмоциональное неприятие долгов будут выбирать стратегию уменьшения числа долгов, а не уменьшения общей суммы долга.

Таблица 3. Коэффициенты корреляции Пирсона (* $p < 0,05$) шкал «Опросника долгового поведения» и сумм в счет погашения долгов, кредитный портфель 1.

		Избегание долгов	Рациональное долговое поведение	Эмоциональное принятие – неприятие долга	Мотивация долгового поведения
15000 руб.	Долг 1 12560(0,2)	-0,09	-0,03	0,20*	-0,07
	Долг 2 39800(0,19)	0,04	0,14	0,00	0,04
	Долг 3 61620(0,24)	0,02	0,03	-0,02	0,05
	Долг 4 69350(0,21)	0,08	0,07	0,02	0,14
	Долг 5 73400(0,28)	-0,04	0,00	-0,14	-0,06
	Долг 6 59704(0,3)	0,07	-0,05	-0,07	0,05
10000 руб.	Долг 1 12560(0,2)	-0,12	-0,14	0,01	-0,11
	Долг 2 39800(0,19)	0,07	0,11	0,00	0,03
	Долг 3 61620(0,24)	0,08	0,07	0,00	0,06
	Долг 4 69350(0,21)	0,03	-0,08	0,16	0,06
	Долг 5 73400(0,28)	0,04	0,08	0,02	0,08
	Долг 6 59704(0,3)	0,02	0,02	-0,08	-0,02
70000 руб.	Долг 1 12560(0,2)	-0,08	-0,04	-0,08	-0,23*
	Долг 2 39800(0,19)	-0,11	-0,08	-0,22*	-0,14
	Долг 3 61620(0,24)	0,02	0,01	0,12	-0,01
	Долг 4 69350(0,21)	0,02	0,05	0,12	-0,02
	Долг 5 73400(0,28)	0,09	0,08	0,03	0,19*
	Долг 6 59704(0,3)	-0,06	-0,06	-0,02	-0,05

При наличии суммы, значительно превышающей наименьший долг, Интернальность в области долгов положительно связана с закрытием Долга 5 (самого большого и близкого по сумме к доступным средствам) и отрицательно с закрытием Долга 1 (наименьшего). Другими словами, при наличии достаточной суммы для погашения крупной задолженности респонденты, считающие себя ответственными за собственные долги демонстрируют более оптимальное долговое поведение.

Теперь обратимся ко второму кредитному портфелю (Таблица 4).

Таблица 4. Коэффициенты корреляции Пирсона (* $p < 0,05$) шкал «Опросника долгового поведения» и сумм в счет погашения долгов, кредитный портфель 2.

		Избегание долгов	Рациональное долговое поведение	Эмоциональное принятие – неприятие долга	Мотивация долгового поведения
16000 руб.	Долг 1 11450(0,2)	0,01	-0,06	-0,03	0,00
	Долг 2 27050(0,19)	0,05	-0,03	0,04	0,06
	Долг 3 38620(0,24)	0,08	-0,04	0,08	-0,01
	Долг 4 15400(0,21)	0,01	0,00	-0,01	-0,03
	Долг 5 94720(0,28)	-0,07	-0,22*	-0,14	-0,10
	Долг 6 155800(0,3)	0,00	0,13	0,04	0,03
9000 руб.	Долг 1 11450(0,2)	-0,02	0,01	0,01	-0,11
	Долг 2 27050(0,19)	-0,15	-0,16	-0,26*	-0,18*
	Долг 3 38620(0,24)	-0,03	0,04	-0,03	0,06
	Долг 4 15400(0,21)	0,03	0,08	0,16	-0,05
	Долг 5 94720(0,28)	0,14	0,07	0,12	0,08
	Долг 6 155800(0,3)	0,00	-0,03	-0,04	0,12
12000 руб.	Долг 1 11450(0,2)	-0,07	0,09	-0,01	-0,12
	Долг 2 27050(0,19)	0,11	0,05	0,00	0,12
	Долг 3 38620(0,24)	0,16	0,00	0,12	0,15
	Долг 4 15400(0,21)	0,00	-0,03	0,02	0,01
	Долг 5 94720(0,28)	0,03	0,03	0,03	0,07
	Долг 6 155800(0,3)	-0,02	-0,11	-0,05	0,01

Обнаружена отрицательная корреляция между шкалой Рациональное долговое поведение и погашением Долга 5 при наличии суммы достаточной для погашения большого долга с наибольшей процентной ставкой. При наличии суммы недостаточной для погашения наименьшего долга стремление погашать долг с наименьшей процентной ставкой (Долг 2) отрицательно связано с эмоциональным неприятием долга и мотивацией долгового поведения. То есть, в этих условиях, респонденты, негативно относящиеся к долгам и считающие себя ответственными за свое долговое поведение, будут избегать нерационального долгового поведения.

На основании результатов исследования можно сделать следующие выводы. Во-первых, долговое поведение респондентов в значительной степени отклоняется от рационального, при закрытии счета, респонденты ориентируются на сумму доступную к размещению и предпочитают закрывать долги (в том числе небольшие и с низкой годовой ставкой) полностью. Во-вторых, долговое поведение связано с такими субъективными психологическими факторами, как личностные особенности. Чем выше эмоциональная стабильность и сознательность, тем более рациональную стратегию погашения задолженностей демонстрируют респонденты. В-третьих, эмоциональное неприятие долгов будет способствовать нерациональному, а интернальность в области долгов - рациональному долговому поведению, при определенных условиях. В-четвертых, объективные экономические факторы, такие как годовая процентная ставка по кредиту, не оказывают определяющего воздействия на принятие решения о погашении задолженности.

Литература

1. Гагарина М.А., Смурыгина А.А. Особенности принятия решений студентами в ситуации нескольких задолженностей // Акмеология: научно-практический журнал. №1-2 (специальный выпуск). 2014. С.64-65.
2. Дикий А.А. Долговое поведение населения в контексте социологического анализа // Аспирантский вестник Поволжья. № 5–6. 2010. С. 103–108.
3. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. – Москва: АСТ, 2014. – 137с.
4. Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения. – Харьков: Изд-во Институт прикладной психологии «Гуманитарный Центр», 2005. – 632с.
5. Amar M., Ariely D., Ayal Sh., Cryder C., Rick S. (2011) “Winning the Battle but Losing the War: The Psychology of Debt Management”, *Journal of Marketing Research*, Vol. XLVIII (Special Issue 2011), p. 38–50.

THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL AND ECONOMIC FACTORS ON DEBT BEHAVIOUR

Gagarina M.A.

The paper is devoted to the analysis of psychological and economic factors, which affect the decision made on the order of debt payment. Psychological factors considered are debt behavior attitudes and personality traits, and economic factors are the total amount of money available to pay off the debt and the annual percentage rate. Results of the empirical study are presented and support the hypothesis of psychological characteristics influence on debt behaviour.

Key words: *personality traits, debt behaviour, decision making, prospect theory.*

КРЕАТИВНОСТЬ ПЕРСОНАЛА И ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОИНВЕСТИРОВАНИЯ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Дедов Н.П.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассматриваются одна из основных проблем экономической психологии – мотивация персонала, развитие его креативности и профессионализма. Обращается внимание на отдельные теоретические подходы инвестирования в человеческий капитал, управления человеческими ресурсами. Предлагается новое понимание стимулирования экономического потенциала организации – взаимовыгодное инвестирование.

Ключевые слова: трудовая деятельность, человеческий фактор, человеческий капитал, профессионализм, креативность, персонал, потенциал, инвестирование, совершенствование, взаимовыгодное инвестирование.

Специфика существования современного человека в окружающем мире определяется как внешними, так и внутренними факторами, которые являются отражением конкретных исторических событий, социальных условий, а также его индивидуально-личностными показателями – эмоциями, чувствами, мыслями и рассуждениями. Сущность современных обстоятельств жизнедеятельности людей характеризуется их непосредственной включенностью в происходящие события, приобретающие для них качественное своеобразие, насыщенность, темп и направленность [7]. Здесь происходит реализация их ведущих желаний и потребностей как участников жизненных ситуаций, но также именно здесь у них возникают и значительные затруднения. Личность оказывается настолько вовлеченной в процесс социального «бытия», что становится не способной прогнозировать последствия собственных действий и поступков. Именно поэтому временная реалистичность человека отличается от его прошлого и будущего исторического времени.

Профессиональная деятельность человека представляет собой одну из важнейших сторон его жизнедеятельности. Возможность реализации им своего потенциала, своего «предназначения», предполагает формирование специфических стратегий поведения. Ведущим принципом данных стратегий является формирование баланса между внешними, социальными и профессиональными достижениями и внутренней удовлетворенностью специалиста. В случае если данный баланс нарушается, то основным показателем его трудовой деятельности становится серьезное искажение поведения – совершение ошибок, отказ от выполнения профессиональных задач, эмоциональное «выгорание» [3]. В результате происходит дестабилизация производственной деятельности в трудовом коллективе, которая приводит к нарушению всего рабочего процесса. В то же время, если баланс поддерживается, то возникают условия для повышения профессиональной эффективности персонала, а значит и для успешной деятельности всей организации. Именно поэтому одной из основных управленческих задач, возникающих на предприятиях, становится разработка социально-психологических программ, которые позволили бы оптимизировать профессиональную деятельность сотрудников, научили бы их успешно прогнозировать свои действия и поступки, а также быть креативными и творческими на рабочем месте.

Прогресс общества, а значит и экономической организации, как одного из его элементов, определяется уровнем креативности населения, его творческими успехами и достижениями. Креативность представляет собой способность человека наиболее оптимальным образом решать возникающие перед ним задачи и проблемы. Умение «выйти», «быть над проблемной ситуацией» раскрывает важнейшую характеристику творческого, креативного поведения личности [10]. В рабочем коллективе, в процессе трудовой деятельности креативность, с одной стороны решает задачу интенсификации производства, получения экономической прибыли и результатов. Технические и научные достижения, как известно, играют преобразующую роль в жизни людей, навязывая им новые стереотипы и паттерны поведения. Появление книг и книгопечатание сформировало их образную сферу, создание машин изменило понимание человеком пространства и времени, а интернет-коммуникации определили иллюзорность, виртуальность окружающего мира. Постоянная модификация и модернизация жизненного пространства людей создает предпосылки для изменения их внутреннего мира, образа жизнедеятельности, «меняется историческое время – меняется человек и наоборот, именно он принимает активное участие в преобразовании окружающего мира» [9]. С другой стороны, креативность персонала может приобретать и негативное

значение в жизнедеятельности фирмы или организации, т.к. нарушается естественный трудовой ритм рабочих коммуникаций. В результате отношения между сотрудниками как в самой организации, так вне ее, приобретают конфликтный характер, который может привести к дезорганизации производственной деятельности. Данный вариант развития межличностных и деловых отношений часто обусловлен тем, что большое внимание со стороны руководства к творчеству и креативности сотрудников, к их таланту приводит к потере взаимосвязи с «рядовыми» сотрудниками. В силу индивидуально-личностных особенностей, креативный сотрудник с трудом приспосабливается к административным требованиям компании и существующим корпоративным правилам межличностных отношений [11]. В том случае, когда творческих и креативных сотрудников не так много, остальные участники организации компенсируют его «неадекватность», «неординарность мышления и поведения». Однако, когда они сталкиваются вместе, то в результате возникает поведение по известному принципу басни И.А. Крылова «Лебедь, рак и щука». Таким образом, креативность персонала носит двойственный характер и может быть актуальным только в своеобразных экономических условиях взаимовыгодного сотрудничества.

Человеческий фактор и человеческий капитал в современном обществе приобретают особое значение в менеджменте и деятельности организации. Ее развитие, прогресс, получение прибыли или, наоборот, регресс, банкротство становятся результатом эффективности сотрудников или персонала, выполняющих свою профессиональную деятельность. Человек, являясь «мерой» трудовой активности, всегда оставался важнейшим компонентом существования любого производства. Именно он предопределил появление экономических теорий и практических исследований, связанных с «прибавочной стоимостью», «количественная теория денег Фридриха», «рост доходов и прибыли», «рыночная экономика» и т.д. [5]. При этом долгое время роль человеческого фактора в производстве, промышленности и экономике существенно снижалась, оставляя человеку место «винтика», инструмента, с помощью которого достигается необходимый экономический результат. Ведущую роль играли производственные комплексы и корпорации, которые объединяли людей для выполнения сугубо профессиональной деятельности, трудовых и рабочих операций [4]. Достижение поставленного результата – производство «материальных продуктов» и получение прибыли, было обусловлено использованием трудовой рабочей силы. Необходимость учитывать ее индивидуальные и психологические качества не предполагалось, т.к. она являлась «простым» исполнителем.

Существовавшие на тот момент времени теории менеджмента указывали в основном на то, что «работник – это ленивое существо, избегающее

ответственность, который работает только из-за денег и страха перед наказанием» [6]. Теория Х и Y Дугласа Мак-Грегора наиболее наглядно доказывала данное понимание роли человеческого фактора на производстве.

Промышленная и техническая революция резко изменила взгляд на участие человека в деятельности организации, фирмы и компании. Он приобретает новый социальный статус и производственное положение, которое предполагает ценность и значимость. С данной ценностью вынуждены считаться как руководители, так и организация в целом. Понятие «человеческий капитал» становится ведущим не только в теоретическом понимании (Нобелевская премия по экономике Г. Беккера – «Общая теория инвестиций в человеческий капитал»), но и практическом применении (НОТ, психология служба на производстве). В результате «человеческий фактор» постепенно преобразовался в «человеческий капитал». Основное внимание должно уделяться «праву собственника (работника) на свою квалификацию, на владение ею и использование лишь с его согласия» [2]. Естественно данный подход предопределяет развитие и совершенствование каждого сотрудника, его ценность и его справедливые требования по оплате труда [5]. Изменение социального положения персонала привело и к изменению кадровой политики организаций и ведомств, которые вынуждены были начинать искать не только «ценного» сотрудника, но и «вкладываться», инвестировать в собственных специалистов. Разработка необходимых программ «повышения квалификации», «профессионального обучения и переобучения» персонала стала занимать особое место в управленческой и кадровой деятельности.

Человеческий капитал приобрел ресурсное значение для организации, который стал представлять совокупность знаний и опыта, способностей и талантов, оригинальных идей и мудрости людей, работающих как внутри организации, так и в тесном контакте с ней. М. Армстронг определяет управление человеческими ресурсами как «стратегический и логически последовательный подход к управлению наиболее ценным активом предприятия: работающими там людьми, которые коллективно или индивидуально вносят вклад в решение задач предприятия» [1]. Основная идея эффективного управления персоналом непосредственно связана с необходимостью интеграции социально-экономической политики в области человеческих потенциалов и ресурсов в стратегические задачи бизнеса. Традиционная политика экономии на издержках, связанных с воспроизводством рабочей силы, должна заменяться политикой долгосрочных инвестиций в человеческий капитал, в профессиональный рост работников организации и улучшение условий труда. Основными видами инвестиций в человеческий капитал предприятия являются

инвестиции в специальную профессиональную подготовку, физическое состояние и эмоциональное поведение работников.

Термин «инвестиции» происходит от латинского слова «invest», что означает «вкладывать». Инвестирование может быть определено как долгосрочное вложение экономических ресурсов с целью создания и получения чистой прибыли в будущем, превышающей общую начальную величину вложенного капитала. В целом инвестиции при рыночном подходе к их трактовке определяются как процесс, в ходе которого осуществляется преобразование ресурсов в затраты с учетом целевых установок инвесторов – получения дохода (эффекта) [8].

При этом инвесторы чаще всего вкладывают свой капитал только тогда, когда ожидают получить от этого вложения соответствующую прибыль, отдачу, которая будет превышать первоначальные вложения. Инвестируя в своих работников, организации стремятся активизировать их трудовую отдачу, повысить производительность труда, сократить потери рабочего времени и тем самым укрепить конкурентоспособность. Однако риск таких вложений достаточно велик, ведь повысив свое образование и квалификацию за счет средств организации, работник может в любой момент поменять место работы. Чтобы снизить такой риск, организации инвестируют свои средства не в общий человеческий капитал, а в специальный (который нужен и применим преимущественно в данной организации), продать который другой организации для работника будет проблематично. Одной из важных сторон развития и стимулирования сотрудников является формирование у них чувства приверженности организации. Приверженность организации – это личная особенность каждого человека, который разделяет позицию предприятия и дорожит своим рабочим местом. Поэтому деятельность компании именно в этом ключе является важнейшей составляющей работы с человеческими ресурсами [1].

Еще одним инвестиционным вкладом в человеческий капитал в организации оказываются частные инвестиции, которые предполагают инвестицию индивида в самого себя. Ее размер и интенсивность зависят от множества факторов, как социальных, так и психологических. Самостоятельно принимая решение об инвестировании (особенно повышение квалификации, смена профессиональной деятельности), человек не знает, каким будет соотношение спроса и предложения в момент получения им новых знаний и профессии. Такая неопределенность может тормозить инвестиционную (образовательную) активность человека. Кроме того, сегодня цена получения профессии постоянно растет, потенциально возрастает период окупаемости затрат на образование, переподготовку кадров, перепрофессионализацию.

Появление в организациях психологических служб поддержки и профессионального сопровождения направлено на повышение качества трудовой деятельности людей, создание условий для успешной профессиональной деятельности, а так же на формирование устойчивого психологического здоровья сотрудников и персонала. Однако финансовые и экономические затраты на создание данных благоприятных и комфортных условий оказываются часто высокими и поэтому «кадровая служба» начинает много времени уделять поиску наиболее высококвалифицированных сотрудников, в которых можно инвестировать средства с целью более быстрого получения прибыли. Искажение данного отношения приводит к тому, что основное внимание обращается только на тех сотрудников, которые могут «окупиться» в ближайшее время, совершенно забывая о перспективах «рядовых» сотрудников. Таким образом, одностороннее инвестирование в человека, на данном этапе экономического развития оказалось неэффективным, т.к. он рассматривался как объект психологического манипулирования, а его социальная адаптивность резко снижается.

В связи с этим необходимо разрабатывать новую социально-экономическую и психологическую политику в управлении персоналом, которая будет строиться на условиях взаимовыгодного инвестирования. Данные условия характеризуются совместным участием и совместной заинтересованностью в получении прибыли, как «рядовых» сотрудников, так и руководителей компании. Именно данный принцип может быть наиболее эффективным для получения наибольшей экономической прибыли и выгоды для организации.

В современных условиях необходимо кардинально менять стратегию управленческой деятельности и трудового процесса в сторону активного привлечения каждого из субъектов данной деятельности. При этом данное привлечение включает в себя стремление каждого участника инвестировать в другого участника определенные средства (могут быть как материальные, так и нематериальные) с целью получения соответствующего дохода и прибыли. Одним из факторов повышающих социальный иммунитет личности состоит в ее непосредственном включении в финансовые отношения, участия в инвестировании и получении прибыли.

Взаимовыгодное инвестирование в производственной организации представляет собой социально-психологический и социально-экономический процесс, который отображает совместное участие двух или нескольких людей в профессиональном пространстве с целью получения взаимной выгоды и прибыли. При этом стимулирование и мотивация трудовой деятельности, целенаправленного рабочего поведения сотрудников и персонала инициируется инвестором (управляющим, менеджером, руководителем) с целью не только

получения экономической прибыли, но и последующего инвестирования (вкладывания трудовых усилий) со стороны самого сотрудника. Таким образом, можно говорить о том, что экономическое пространство в организациях, корпорациях и фирмах должно изменяться в сторону взаимообогащения, взаимовыгодного инвестирования каждого из участников трудового процесса.

Результатом данных отношений становится модель финансового успеха, профессиональных достижений, личностного роста участников. При этом инициирование развивающих экономических отношений осуществляется одной из сторон взаимодействия, а, поддерживается другой стороной. В результате основным критерием прибыльности вкладов и инвестиций становится устойчивый рост доходов и благосостояния участников.

Литература

1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами /пер. с англ. Н. В. Гринберг. М. : ИНФРА-М, 2002.
2. Беккер Г. Человеческий капитал. //США: Экономика, политика, идеология. № 11. 1994. С. 109–119.
3. Голиков Ю.Я. Методология психологических проблем проектирования техники. М.: ПЕР СЭ, 2003.
4. Дедов Н.П. Психология труда как область знаний, отрасль науки и практики. //Психология труда. М.: Юрайт. С. 12–27.
5. Егоров А.Ю. Никулин Л.Ф. «Пульсирующий» менеджмент. М.: Деловая книга. 1998.
6. Занковский А.Н. Организационная психология. 2-е изд. М.: Флинта: МПСИ, 2002.
7. Зинченко В.П., Моргунов Е.Б. Человек развивающийся. Очерки российской психологии. М.: Тривола, 1994.
8. Мухортов В.В. Психология инвестирования. М., 2005.
9. Нестик Т.А. Социальная психология времени: состояние и перспективы исследований. //Психологический журнал. Т. 35, № 3, 2014. С.5–19.
10. Петровский В.А. Человек над ситуацией. М.: Смысл, 2010.
11. Позняков В.П. Психологические отношения субъектов совместной жизнедеятельности. //Знание. Понимание. Умение. № 1. 2013. С. 167–174.
12. Розанова В.А. Человеческий фактор в управлении. М.: Управление персоналом. 2004.

CREATIVITY OF THE PERSONNEL AND PROBLEM OF MUTUAL INVESTMENT INTO THE HUMAN CAPITAL

Dedov N.P.

In article are considered one of the main problems of economic psychology – motivation of the personnel, development of its creativity and professionalism. The attention to separate theoretical approaches of investment into the human capital, managements of human resources is paid. The new understanding of stimulation of economic capacity of the organization – mutual investment.

Keywords: professional activity, human factor, human capital, professionalism, creativity, personnel, potential, investment, improvement, mutual investment.

ПРАВОВОЙ НИГИЛИЗМ И КОРРУМПИРУЮЩЕЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ

Камнева Е.В., Анненкова Н.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Ширванов А.А.

ВНИИ МВД России

Авторами рассматривается феномен коррупции и его составляющий элемент - коррумпирующее поведение. Приводится описание и анализ результатов эмпирического исследования отношения к правовым институтам и ценностных ориентаций как факторов коррумпирующего поведения.

Ключевые слова: коррупция, коррупционное поведение, коррумпирующее поведение, правовой нигилизм, отношение к правовым институтам, ценностные ориентации.

Коррупция является одной из самых распространенных экономических и политических проблем в мире. Во всем современном мире борьба с коррупцией является одним из важнейших приоритетов во внутренней политике государства. Следует отметить, что ни в праве, ни в психологии не выработано однозначного определения коррупции. Под термином коррупция обычно понимают употребление должностными лицами их властных полномочий, прав, авторитета, возможностей, связей с целью личной выгоды, которое противоречит законам и морали. Достаточно часто коррупция определяется как подкуп должностных лиц, получение ими взяток.

Коррупция определяется как многоаспектное многоуровневое системное социальное явление, объединяющее в себе все стороны жизни. Утрата доверия населения к властным и исполнительным структурам, а также ощущение несправедливости и цинизма происходящего приводят к негативным изменениям экономического сознания, могущие повлечь изменение мотивации и сформировать интолерантное экономическое поведение субъектов хозяйственной деятельности. Следствием коррупции становится деморализация

общества, подрыв экономической, политической и национальной безопасности государства [7, с. 170-186].

Среди составляющих коррупции можно выделить: 1) коррупционное поведение; 2) коррумпирующее поведение; 3) отношение общества к коррупции; 4) социально-психологические процессы, влияющие на коррупцию; 5) психологические и экономические последствия коррупции.

Коррупционное поведение определяется как вид девиантного поведения публичного должностного лица, направленного на получение личной выгоды путем злоупотребления служебным положением, наносящее экономический, социальный и моральный ущерб не только гражданам, но и государству в целом (Кривченков А.С., Ванновская О.В., Максимцев И.А., Локшина Э.Х.).

Коррумпирующее поведение нами определяется как девиантное поведение личности, проявляющееся в воздействии на должностное лицо путем материального вознаграждения, приводящее должностное лицо к ситуации выбора между злоупотреблением полномочиями для получения личной выгоды или отказу от него [3, с. 128-131].

С. Иванов, глава администрации президента, отметил, что в 2013 году рассмотрено более двух с половиной тысяч заявлений должностных лиц о предлагаемых взятках или склонению к нарушению этических норм.

Следует отметить, что в отличие от коррупционного поведения многие виды коррумпирующего поведения вообще не предусмотрены законодательством, а в массовом сознании россиян рассматриваются не как коррупционные, а как выражающие человеческую благодарность [2, с. 56-65].

В современной науке выделяют исторические, экономические, институциональные и социально-культурные факторы коррупции [7, с. 170-186].

Следует согласиться с теми авторами, которые полагают, что коррупционное поведение детерминируется не только внешними объективными условиями, а в большей мере зависит от внутренних субъективных причин: определенных свойств личности, ее правовых установок, ценностных ориентаций и т. п. Данное положение можно также отнести и к коррумпирующему поведению. Можно предположить присутствие комплекса свойств, позволяющего охарактеризовать личность, как предрасположенную к коррумпирующему поведению.

Целью исследования стало выявление факторов готовности к коррумпирующему поведению.

В исследовании приняли участие 100 студентов первого курса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Возраст респондентов - от 17 до 19 лет.

В исследовании применялись: методика Шварца для изучения ценностей личности, методика «Диагностика отношения к правовым институтам» Е.В. Камневой, которая позволяет оценить отношение респондента к закону, должностным лицам, правонарушениям, судебной системе, социально-правовым ценностям и его представление об отношении общества к данным категориям. Готовность к коррумпированному поведению определялась при помощи анкеты, разработанной Е.В. Камневой и Н.В. Анненковой.

Следует отметить, что 80 % респондентов допускают возможность материального вознаграждения должностного лица (как отмечают Л.А. Журавлев и А.В. Юревич, в отечественной культуре весьма размыты границы между собственно взяткой и тем, что рассматривается как благодарность [3, с. 128-131]), причем 63% испытуемых готовы предложить взятку за содействие в ускорении процесса решения проблемы, 44% - за разрешения спорного вопроса в его пользу, 30% - за получение услуги, 10% - для получения финансовой выгоды. Таким образом, 80% респондентов характеризуются личностной предрасположенностью к коррумпированному поведению.

Положительное отношение к закону выявлено у 30 % студентов данной подгруппы. Непоследовательным и противоречивым отношением к праву характеризуются остальные участники исследования. В то же время согласно представлениям 58 % респондентов российское население негативно относится к закону.

38 % респондентов характеризуются отрицательным отношением к должностным лицам, 20 % имеют положительное отношение к представителям власти. Но в то же время в представлении 76 % испытуемых люди негативно относятся к властным структурам.

Причем, по всем показателям представления о поведении большинства людей и собственное отношение к правовым институтам достоверно отличаются. Следовательно, установки личности и декларируемое отношение к правовым институтам существенно отличаются. И следует согласиться с мнением ряда авторов, что антиправовые установки и стереотипы становятся элементами, свойствами общественного сознания и национальной психологии, отличительными особенностями культуры, традиций, образа жизни, что правовой нигилизм, сущность которого заключается в неуважительном, недоверчивом, пренебрежительном, безразличном отношении к праву и властным отношениям или даже в абсолютном отрицании их социальной ценности становится фактом объективной российской реальности.

Анализируя результаты исследования нормативных идеалов у испытуемых с готовностью к коррумпированному поведению, можно отметить, что для них наиболее приоритетны ценности гедонизма, достижения, самостоятельности и

власти. Уровень нормативных идеалов отражает представления человека о том, как нужно поступать, определяя тем самым его жизненные принципы поведения. Таким образом, жизненными принципами поведения для респондентов являются личный успех в соответствии с социальными стандартами, свобода мысли и действия, удовольствие, чувственное наслаждение, наслаждение жизнью и социальный статус, доминирование над людьми и ресурсами. Данные ценности не вступают в конфликт друг с другом и относятся к ценностям самовозвышения и открытости изменениям.

Анализируя результаты исследования индивидуальных приоритетов в данной подгруппе, можно отметить, что на первом месте также находится «достижение», на втором - «самостоятельность» и на третьем – «гедонизм». Далее следует «стимуляция» - новизна и состязательность в жизни, необходимые для поддержания оптимального уровня активности организма. Данные ценности по Ш. Шварцу также не вступают в противоречие.

Последние места в иерархии нормативных идеалов и индивидуальных приоритетов заняли «традиции» - уважение и поддержание обычаев, принятие и признание идей, существующих в определенной культуре и религии, «универсализм» - терпимость, понимание и защита благополучия всех людей и природы. Следует отметить, что по сравнению с более ранними исследованиями происходит как изменение иерархии ценностных ориентаций, так соотношения нормативных идеалов и индивидуальных приоритетов [5; 6].

В результате проведенного факторного анализа были выделены три фактора. В первый фактор со значимыми отрицательными весами вошли на уровне личностных приоритетов «Отношение к праву», «Отношение к властным структурам», «Отношение к экономическим преступлениям» и на уровне декларируемых приоритетов «Отношение к экономическим преступлениям». Следовательно, факторами готовности к коррумпирующему поведению являются негативное отношение к праву и властным структурам, и отсутствие отрицательного отношения к экономическим преступлениям.

Второй и третий факторы представлены ценностями: конформности и власти как на уровне нормативных идеалов, так и на уровне индивидуальных приоритетов. Факторами готовности к коррумпирующему поведению являются как декларирование так и следование ценностям конформности и власти.

Проведенное исследование следует рассматривать как пилотажное. Для получения более достоверных данных значительно большая выборка респондентов, представленная различными возрастными группами.

Литература

1. Ванновская О.В. Обоснование концепции коррупционного поведения госслужащих. / Вестник Московского государственного областного университета. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика. 2009. № 3-2. С. 54-62.
2. Журавлев А. Л., Юревич А. В. Коррупция в современной России: психологический аспект // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 2. С. 56–65.
3. Камнева Е.В., Анненкова Н.В. Отношение к правовым институтам и готовность личности к коррупционному поведению // Акмеология. 2013. № 3 (47). С.152.
4. Камнева Е.В., Анненкова Н.В. Факторы склонности к коррумпирующему поведению // Психологические барьеры социально-экономических изменений в российском обществе: материалы научной интернет-конференции с международным участием 11-25 ноября 2013 года / Отв. ред. д. пс. н. А.Н. Лебедев. – Тула: ТулГУ, 2013. С.128-131.
5. Камнева Е.В., Ширванов Р.А. Ценностные представления студентов с различной мотивационной направленностью // Формирование общекультурных и профессиональных компетенций финансиста. Сборник научных трудов студентов, аспирантов и преподавателей Финансового университета при Правительстве РФ. Выпуск второй. – Тула: ТулГУ, 2012. С. 31-41.
6. Камнева Е.В., Анненкова Н.Н., Карпинская И.А., Меткина М.С. Взаимосвязь личной социальной ответственности и ценностных ориентаций студентов // Формирование общекультурных и профессиональных компетенций финансиста. Сборник научных трудов студентов, аспирантов и преподавателей Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Выпуск третий. – Тула: ТулГУ, 2013. С.23-31.
7. Максимцев И.А., Локшина Э.Х. Причины и следствия коррупции: экономико-психологический аспект // Экономическая психология в современном мире: сборник научных статей / Отв. ред. д. пс. н. А.Н. Лебедев. – М.: Экон-информ, 2012. С. 170-186.

LEGAL NIHILISM AND THE CORRUPTING BEHAVIOUR OF THE PERSONALITY

Kamneva E. V., Shirvanov A. A., Annenkova N. V.

Authors consider a phenomenon of corruption and its making element - the corrupting behavior. The description and the analysis of results of empirical research of the relation to legal institutes and valuable orientations as factors of the corrupting behavior is provided.

Keywords: *corruption, the corruption behavior corrupting behavior, legal nihilism, the relation to legal institutes, valuable orientations.*

ПРИМЕНЕНИЕ ЕВРОПЕЙСКОЙ РАМКИ ИКТ-КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Камнева Е.В., Ширванов Р.А., Анненкова Н.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассматривается структура Европейской рамки ИКТ-компетенций, применяемая в целях формирования программ профессионального образования, организации процедур найма, анализа и оценки компетенций персонала, а также выявления возможностей развития карьеры. Рассмотрена возможность соотнесения профессиональных компетенций в соответствии ФГОС ВПО с европейской рамкой компетенций.

Ключевые слова: управление знаниями, общекультурные и профессиональные компетенции, компетентность, Европейская рамка ИКТ-компетенций.

Стратегия модернизации образования в России предполагает, что основой обновленного содержания образования должны быть ключевые компетенции. Советом Европы определены пять групп ключевых компетенций, формированию которых придается существенное значение: социальная, коммуникативная, социально-информационная, персональная и специальная компетенции [5].

В условиях проведения в нашей стране модернизации образовательного процесса с учетом возрастающих требований работодателей к содержанию и качеству подготовки специалистов возникает проблема организации управления знаниями. Управление знаниями означает формализацию практического опыта и доступ к знаниям и экспертным данным, обеспечивающим новые возможности, которые способствуют совершенствованию деятельности и стимулируют инновации [4]. Под знанием понимается многоуровневый и многогранный процесс, который включает познания, действия и ресурсы. Понятия компетентности и компетенции имеют глубокую психологическую основу. Компетентность является способностью, которая формируется из множества компетенций [2].

Процесс проведения модернизации образовательного процесса в стране, включающий разработку новых образовательных форм, стандартов и программ, внедрение систем поддержки обучения и новых образовательных технологий в системе непрерывного многоуровневого образования с учетом возрастающих требований работодателей к содержанию и качеству подготовки специалистов, должен сопровождаться созданием системы оценивания качества получаемого образования.

Создание системы формирования и оценивания общих и профессиональных компетенций студентов, а также системы их качественной

оценки является одной из актуальных проблем, стоящих перед современным профессиональным образованием.

Для обеспечения эффективного выполнения всех функций существует необходимость разработки и внедрения информационных технологий измерения компетенций и управления компетенциями в образовательных учреждениях, предназначенных для выявления, ранжирования и развития компетенций преподавателей, студентов и выпускников, а также для подготовки новых образовательных программ. Профессиональная и образовательная сферы предъявляют свои требования, что определяет функции оценки компетенций. В образовательном процессе измерение компетенций используется в качестве инструмента контроля качества образования. В профессиональной среде подобный метод оценки применяется при отборе персонала и определении его потенциала [1].

В рамках развития и преобразования Российского образования к европейской системе были составлены ГОСТы, являющиеся переводами европейских стандартов CWA 16234-3:2010 European e-Competence Framework 2.0 – Part 3 Building the e-CF - a combination of sound methodology and expert contribution и CWA 16234-1:2010 European e-Competence Framework 2.0 Part 1: A common European framework for ICT Professionals in all industry sectors соответственно, и которые будут введены в силу в Российской Федерации с начала 2015 года.

Европейская рамка ИКТ-компетенций (англ. The European e-Competence Framework, сокращенно e-CF) представляет из себя рамочную структуру описания ИКТ-компетенций, применять которую могут как компании – производители услуг и продуктов ИКТ, так и компании, применяющие ИКТ в своей основной деятельности, сотрудники кадровых служб, ИТ-специалисты, ИТ-руководители, представители государственных, образовательных учреждений и социальные партнеры в европейских странах.

Целью e-CF была разработка общего инструмента для применения компаниями, организациями и образовательными учреждениями ЕС в целях формирования программ профессионального образования, организации процедур найма, анализа и оценки компетенций персонала, а также выявления возможностей развития карьеры. Также перед разработчиками поставили задачу обеспечения органов, принимающих решения в области развития ИКТ-компетенций и формирования образовательных политик, необходимым инструментом, как для традиционного профессионального образования, так и для многообразных форм обучения на рабочих местах. С учетом того, что e-CF создавалась для зоны Европейского Союза, привлекались европейские эксперты

и заинтересованные стороны, чтобы e-CF была применима в соответствии с задуманными целями именно в данном регионе.

С самого начала осуществления проекта были приняты 4 основные соглашения для формирования структуры e-CF. Экспертной группой e-CF вместе с заинтересованными сторонами были приняты четкие решения, которые заключались в том, что: 1) общая структура e-CF - четырехмерна; 2) определены основные понятия «компетенция», «знания», «умения» и «отношения»; 3) в структуре e-CF применяются бизнес-процессы ИКТ; 4) связь между e-CF и Европейской рамкой квалификаций (the European Qualifications Framework, далее EQF) основана на уровнях, которые определены в EQF.

Для определения *четырёхмерной структуры* e-CF экспертами были проанализированы и оценены существующие аналогичные системы. В результате чего эксперты остановились на четырехмерной структуре, которая основана на областях компетенций (дескриптор 1) и компетенциях (дескриптор 2), а не на должностных обязанностях. Данный подход, который основывается на компетенциях, является более гибким и персонифицированным. Дескриптор 3 служит для описания уровня, которому та или другая компетенция может соответствовать. Число уровней, могущих относиться к той или другой компетенции, может варьироваться в зависимости от содержания и ширины охвата связанного с ними вида профессиональной деятельности. Для краткого описания примеров знаний и умений применяется дескриптор 4, не являющийся исчерпывающим.

Определения понятий «компетенция», «знания», «умения» и «отношение». Определения рассматриваемых понятий в соответствии с общим подходом, который был принят заинтересованными сторонами к требованиям к компетенциям персонала, были сформированы не с позиции индивидуумов, а с позиции организаций. В тоже время индивидуальные компетенции могли быть учтены в дескрипторе 3, определяющим профессиональные уровни и привязанном к самостоятельности и к личному отношению. Таким образом, дескриптором 3 обеспечивается как сопоставимость, так и связь между пониманием компетенции со стороны организации и со стороны персонала. Определения дескриптора 3 согласованы с общими определениями понятий знаний, умений и компетенций в EQF. Следует обратить внимание, что при принятии такого решения разработчиками e-CF разработка EQF еще не была завершена, и уточнялось определение понятия «компетенции».

Применение бизнес-процессов ИКТ. Экспертами e-CF, а также заинтересованными сторонами, было принято решение использовать самую общую модель описания бизнес-процессов в информационно-коммуникационных технологиях (ИКТ), совместимую с основными моделями,

которые предлагались такими известными сертификационными институтами, как Exin, Cobit. В данную модель включены следующие этапы жизненного цикла ИКТ: планирование, реализация, эксплуатация, обеспечение и управление. Следует учесть, что этапы эксплуатации и управления пронизывают все этапы жизненного цикла информационных систем (ИС). Целью принятой в этом проекте модели были выявление и идентификация компетенций.

Уровни. Экспертами e-CF и другими заинтересованными сторонами было проведено экстраполирование для определения уровней компетенций в e-CF следующих индикаторов уровней из EQF: «контекст сложности», «самостоятельность» и «поведение». В данных характеристика отражено отношение к компетенциям организаций. В результате, в e-CF уровни определяются с позиции организации, но, как разъясняется далее, также уровни позволяют обеспечить согласованность с уровнями EQF, отражающими уровни результатов обучения. Решения, положенные в основу e-CF, обосновываются на теоретическом и лингвистическом уровнях. Также пояснены связи между лучшими практиками ИКТ-сектора и современным пониманием компетенции. Принятие общей методологии, основанной на последовательном (шаг за шагом) способе принятия решений, с использованием опыта заинтересованных сторон и с упором на требования, которые предъявляются к практическому использованию e-CF, обеспечивает полную согласованность определений и принимаемых решений.

Структура Европейской рамки ИКТ-компетенций основывается на четырех основных дескрипторах, с помощью которых отражаются многообразные требования, связанные с уровнями планирования бизнеса, управления, кадрами, в качестве дополнения к руководствам по должностным обязанностям и характеризуются следующим образом. Так, дескриптор 1, являющийся первоначальным руководством для формирования списка компетенций, представляет из себя пять областей ИКТ-компетенций, которые соответствуют следующим бизнес-процессам в информационных системах: планированию; реализации; эксплуатации; обеспечению; управлению, что предоставляет инструментарий не только для оценки персонала и формирования учебных программ, но и для идентификации компетенций, позволяющий сотрудникам кадровых служб взаимодействовать с менеджерами бизнес-подразделений и принимать совместные решения.

Дескриптор 2 - это набор эталонных компетенций. Всего в европейской рамке компетенций для общих эталонных определений компетенций определено 36 компетенций. Данные компетенции не являются специфичными для отдельных секторов экономики, они могут применяться для любых секторов

бизнеса или промышленности. Дескриптор 2, ссылаясь на требования организации, их представляет.

Дескриптор 3 подразумевает из себя профессиональные уровни. Профессиональные уровни каждой ИКТ-компетенции обеспечивают спецификацию уровней от уровня e-1 до уровня e-5, которые соответствуют уровням с 3 по 5-й Европейской рамки квалификаций. Дескриптор 3, который включает характеристики поведения и уровней самостоятельности, играет роль связующего звена между пониманием компетенций как со стороны организаций так и со стороны сотрудников. Следует отметить, что понимание компетенций организациями более широкое.

Последний четвертый дескриптор - это примеры знаний и умений, относящихся к компетенциям, определенным дескриптором вторым. Они представлены для того, чтобы добавить содержание и ценность каждой компетенции, но в свою очередь не являются исчерпывающими.

Определения компетенций явно обозначаются дескрипторами 2 и 3, примеры знаний и умений представлены дескриптором 4; отношение встроено во все три дескриптора. Данные примеры могут использоваться при формировании специфических и точных описаний, необходимых организациям в программах оценки персонала.

Так как Европейская рамка ИКТ-компетенций может применяться в образовательных учреждениях, то следует рассмотреть возможность применения ее в Финансовом университете на примере для дисциплины профессионального цикла дисциплин ФГОС ВПО по направлению 230700.62 «Прикладная информатика» «Проектный практикум», целью которого является формирование профессиональных знаний и умений по выполнению проектных работ по автоматизации и информатизации прикладных процессов и управлению проектами информационных технологий по созданию и эксплуатации информационных систем [5]. Данная дисциплина формирует общекультурные (ОК) и профессиональные (ПК) компетенции.

Как видно из таблицы 1, можно соотнести профессиональные компетенции в соответствии ФГОС ВПО с европейской рамкой компетенций, что в будущем позволит перейти к ней при подготовке новых специалистов для более удобного оценивания их и подготовки к условиям рынка труда.

Таблица 1. Соотношение ПК по дисциплине «Проектный практикум» и компетенций в соответствии с европейской рамкой ИКТ компетенций

Профессиональные компетенции	Компетенции по европейской рамке ИКТ-компетенций
ПК-1: использование нормативных правовых документов в профессиональной деятельности	D10. Управление информацией и знаниями
ПК-4: постановка и решение прикладных задач с использованием ИКТ	A1. Согласование ИС и бизнес-стратегии
ПК-5: выбор проектных решений по видам обеспечения информационных систем на всех стадиях жизненного цикла	A1. Согласование ИС и бизнес-стратегии
ПК-6: документирование процессов создания информационных систем на всех стадиях жизненного цикла	B5. Документирование
ПК-8: обследование организаций, выявление информационных потребностей пользователей, формирование требований к информационной системе, реинжиниринг прикладных и информационных процессов	A5. Проектирование архитектуры ИС
ПК-11: обследование организаций, выявление информационных потребностей пользователей, формирование требований к информационной системе, реинжиниринг прикладных и информационных процессов	B1. Проектирование и разработка
ПК-13: создание и управление ИС на всех этапах жизненного цикла	B2. Интеграция систем B3. Тестирование B4. Развертывание решений
ПК-14: внедрение, адаптация и настройка прикладных ИС	C1. Поддержка пользователей
ПК-15: реализация профессиональных коммуникаций в рамках проектных групп, презентация результатов проектов и обучение пользователей ИС	A3. Бизнес-планирование A4. Планирование работ или продуктов
ПК-16: оценка экономических затрат на проекты по информатизации и автоматизации решения прикладных задач	A5. Проектирование архитектуры ИС A6. Проектирование приложений A7. Анализ новых технологий B1. Проектирование и разработка
ПК-17: оценивание и выбор современных операционных сред и информационно-коммуникационных технологий для информатизации и автоматизации решения прикладных задач и создания ИС	A5. Проектирование архитектуры ИС
ПК-19: применение методов анализа прикладной области на концептуальном, логическом, математическом и алгоритмическом уровнях	A7. Анализ новых технологий
ПК-21: анализ рынка программных средств, информационных продуктов и услуг для решения прикладных задач и создания информационных систем	B1. Проектирование и разработка
ПК-23: применение системного подхода и математических методов в формализации решения прикладных задач	A5. Проектирование архитектуры ИС
ПК-24: обследование деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий	A1. Согласование ИС и бизнес-стратегии

Проведенный анализ соотношения профессиональных компетенций дисциплины «Проектный практикум» и компетенций Европейской рамки ИКТ-компетенций, структура которой основывается на четырех основных дескрипторах, с помощью которых отражаются различные требования, связанные с уровнями планирования бизнеса, управления, кадрами, в качестве дополнения к руководствам по должностным обязанностям, показывает возможность применения Европейской рамки ИКТ-компетенций в образовательных учреждениях.

Литература

1. Анненкова Н.В., Камнева Е.В., Ширванов Р.А. Специфика отбора молодых специалистов // Новые педагогические технологии. 2014. № XVI. С. 98-101.
2. Лебедев А.Н. Уровневая система образования: психологические проблемы и решения // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2011. № 2. С. 72-80.
3. Мельников П.П. Проектный практикум. Рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению 230700.62 «Прикладная информатика», программа подготовки бакалавра. – М.: Финансовый университет, кафедра «Информационные технологии», 2012. 25 с.
4. Панфилова Е.Е. Система управления корпоративными знаниями в интегрированной промышленной организации. // Креативная экономика. 2012. № 2. С. 17-22.
5. Федянина С.В. Персональная компетенция как компонент ключевых компетенций личности // Альманах современной науки и образования. 2007. № 1. С. 259-260.

THE APPLICATION OF THE EUROPEAN FRAMEWORK OF ICT COMPETENCES IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Kamneva E.V., Shirvanov R.A., Annenkova N.V.

The article discusses the structure of the European framework of ICT competences used in the formation of programs of professional education, recruitment procedures, analysis and evaluation of the competencies of the staff, as well as identifying opportunities for career development. The possibility of relating to professional competence in accordance GEF VPO with the European frame of competencies.

Keywords: *knowledge management, cultural and professional competence, competence, European frame of ICT-competencies.*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ РАЦИОНАЛЬНОСТИ/НЕРАЦИОНАЛЬНОСТИ ВВЕДЕНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Карнышев А.Д.

Педагогический институт ИГУ

Экономические санкции – явление сугубо рациональное, поскольку их введение обычно обосновывается, определяется конкретными причинами и целями. Психологическое восприятие данного процесса и отношение к нему детерминируется как интересами и социально – экономическими установками людей, так и другими иррациональными моментами. Среди этнокультурных факторов, влияющих на санкции надо отметить этнические и конфессиональные ценности и установки, индивидуалистическую или коллективистическую направленность отношения к социальным феноменам и т.д.

Ключевые слова: рационализация и рациональность, контекст санкций, этнический менталитет, этнокультурные факторы, традиции и обычаи.

Слова рациональный, рациональность, если брать во внимание их исходное значение (лат.rationalis – разумно обоснованный, целесообразный), в контексте различных жизненных ситуаций выступают в качестве понятий с весьма широким и меняющимся в зависимости от обстоятельств смыслом. Рациональность, как детерминанта экономических действий и мероприятий человека, социальных и этнических групп и даже целых стран очень часто становилась в центр внимания экономистов и политиков. Термин «рациональность» в научном конкретном своём варианте чаще всего связан с экономическими исследованиями. В них рациональность в большинстве случаев означает максимизацию данной (любой) целевой функции при существующих ограничениях. Человек стремится в своих выборах получить максимум выгоды, пользы, удовольствия от своих действий и решений – вот суть рационального поведения в экономике. Это, так сказать, кредо «Homo economicus» - человека экономического. Но здесь есть свои нюансы. Если для экономистов субъект всегда рассчитывает варианты выбора, то для психологов рациональное рассуждение есть лишь один из вариантов принятия решения, которое может приниматься также на основе привычек, эмоций, традиций и т.д.

Для психологов проблема рациональности – нерациональности усугубляется тем, что в их профессиональном языке существует термин рационализация с опять-таки неоднозначным толкованием.

1. Рационализация – бессознательное стремление к рациональному обоснованию и объяснению своих идей и поведения, даже когда они иррациональны.

2. Рационализация – один из защитных механизмов. Обеспечивает маскировку, сокрытие от сознания истинных мыслей, чувств и мотивов действий и тем самым – формулировку более приемлемых объяснений собственного поведения, обеспечения состояния внутреннего комфорта.

Из общих и частных трактовок тезауруса вытекает, что в психологии понятие рациональности поливариантно как по своему значению, так и по возможным последствиям своих проявлений. Это признаёт и та, и другая сторона. Экономист В. С. Автономов в книге «Очерки экономической антропологии» пишет: «главное отличие концепции человека в различных направлениях психологии, с одной стороны, и модели экономического человека – с другой, заключается в том, что, психологи, в отличие от экономистов, определяют человеческое поведение не рациональностью, а чем-то иным: для бихевиориста – механизмом подкрепления данного варианта поведения, для фрейдиста – подсознательной мотивацией, для психологии развития – стадией когнитивного развития индивида, для социального психолога – социальным контекстом и его индивидуальным восприятием. Даже представители когнитивной психологии, стоящие в данном аспекте ближе всего к экономистам, подчёркивают влияние на поведение индивида специфических особенностей, которыми характеризуется его механизм обработки информации» [1, с.27-28].

Можно уверенно говорить, что отдельные особенности психологического понимания процесса рационализации так или иначе отражаются и в принятии решений о санкциях, и в их действиях, и в их восприятии. Нецелесообразно надеяться на однозначность моделей принятия решения в любых сферах деятельности человека. Учитывая качества людей, трудно представить рационально действующего субъекта, принимающего всегда разумные, оптимальные решения, не подверженного сомнениям, лишённого эмоций, не склонного к предрассудкам и предубеждениям, не подвластного влиянию окружающих. Откровенно говоря, такой подход отвлекается от психологических особенностей субъектов, принимающих решения. Отсюда, рассматривая экономические санкции важно иметь в виду оба аспекта. С одной стороны экономические санкции – явление сугубо рациональное, поскольку их введение обычно обосновывается, определяется конкретными причинами и целями. С другой стороны, психологическое восприятие данного процесса и отношение к нему детерминируется как интересами и социально – экономическими установками людей, так и определенными иррациональными моментами.

Многозначность понятия рациональность и слов, его производящих (им производимых), естественно значительно увеличивается, если данный термин в своём непосредственном звучании или в переводных вариантах используется в национальных языках разных народов. Точнее сказать, каждый народ использует

данное понятие применительно к ситуациям «подобия» фактов и явлений в своём специфическом значении. Просто это можно выразить следующим образом: *то, что рационально для представителя одного этноса, может быть совершенно нерациональным для его партнёров (тем более оппонентов) из других этнических групп.* Мы делаем попытку проиллюстрировать эту мысль как на основе национальных различий отношения к введению санкций, так и в зависимости от некоторых этнических особенностей их восприятия и оценки. Оценка рациональности / нерациональности многих поступков и действий, как и других реакций, будет зависеть от своеобразия этнического менталитета и прежде всего от тех ценностей, которые преобладают в конкретном обществе. Данный момент проиллюстрируем ярким примером, пока не связанным с вопросом санкций. Речь пойдет о решении одной моральной проблемы студентами разных стран. Вот эта проблема: «Представь, что ты отправился на лодочную прогулку по озеру, взяв с собой мать, жену и ребёнка. На середине озера лодка начала тонуть. Плавать умеешь только ты и спасти способен только одного человека. Кого ты выберешь?» Так вот, среди студентов одного американского колледжа, которым предложили эту проблему, 60% решили спасти ребёнка и 40% - жену. Никому в голову не пришла мысль спасти мать. Такой ответ вытекает из системы моральных ценностей, принятой в Европе и США, и в корне отличающейся от этики некоторых народов Азии и Ближнего Востока. Эту этику иллюстрирует ответ, данный на тот же вопрос студентом – арабом: «Можно жениться на другой женщине, можно дождаться других детей, но мать – всегда только одна, следовательно, спасти надо её». Кстати, это специфическое, но всё же весьма и весьма рациональное пояснение.

Масштабная психологическая подоплека говорит о том, что придание сочетанию рациональное поведение и соответствующее мышление, их инвариантам какой-то однозначной трактовки вряд ли целесообразно, поскольку на любой поведенческий (мыслительный) акт влияют разные объективные и субъективные детерминанты. Это с одной стороны. С другой стороны, возведение принципа рациональности в качестве основного объяснения особенностей экономического поведения людей также вряд ли обоснованно. Мыслящие люди с давних пор противились этому. В частности, М.Вебер отмечал, что невозможность объяснить действия и поступки людей чисто экономическими мотивами вела к двум последствиям. Во-первых, экономисты объявляли все другие детерминанты «незначительными в научном смысле». Во-вторых, наблюдалось стремление исследователей расширить понятие экономического до таких пределов, когда все человеческие интересы сводились к ним: «Если исторически установлено, что реакция на две в экономическом отношении *одинаковые* ситуации была тем не менее различной из-за

политических, религиозных, климатических и множества других неэкономических детерминантов, то для сохранения превосходства экономического фактора все остальные моменты сводятся к исторически случайным «условиям», в которых экономические мотивы действуют в качестве «причин» [2, с.560]. Оба «приёма» выступают своего рода радикальными проявлениями экономической рациональности. Они так или иначе действуют и в ситуации санкций.

Приведенные, как и многие другие положения, закономерно ничего не говорят о психологическом восприятии санкций, а ведь оценки тех лиц, **в адрес кого вводятся санкции**, как и тех, **кто их инициирует**, не могут не отразиться на эффективности воздействия. Точно также *контекст*, в котором используются санкции, может влиять на изменение характера их влияния. То и дело встречающиеся факты предвзятого отношения к процессу санкционирования показывают, что значимым для восприятия санкций является обстоятельство, согласно которому данным процессом можно манипулировать, т.е. «одевать» санкционируемых и санкции в отношении них во всевозможные «одежды». Такими актами вызываются существенные изменения в толковании обоснованности, объективности и иных характеристик их воздействия, формировать преднамеренную оценку «субъектов» и «объектов» санкций.

Построить алгоритм анализа рассматриваемого вопроса можно на основе факта, что восприятие санкций со стороны разных субъектов будет неоднозначным в зависимости, как минимум, от трех моментов:

- 1. кто ввел санкции и их причины**, союзники и партнеры инициатора (в целом заинтересованные лица);
- 2. в адрес кого** введены санкции, а также сочувствующие ему (им) субъекты (экономически и (или) политически заинтересованные в санкциях);
- 3. наблюдатели**, для которых процесс санкционирования, его течение и результаты не представляют каких-то интересов, кроме, может быть, любопытства. Наблюдателей, в свою очередь, сточки зрения рациональности их оценок экономических явлений можно разделить, как минимум на две основные категории: *производители и потребители*. Об их потерях и выгодах скажем чуть позднее.

Инициаторы процесса санкционирования общеизвестны. Введение санкций началось в марте 2014 года, и было мероприятием, так сказать, международного характера. По крайней мере, в этот период среди «санкционирующих» субъектов оказались США и ЕС, Новая Зеландия, Австралия, Швейцария, Канада. Цель санкций сформулировал Б. Обама: «Это сигнал России – у ее действий будут последствия». По сути, экономика была отдана в услужение политике, поэтому об экономической рациональности

санкций говорить не приходится. Но вот психологический эффект – уступки в намерениях и действиях – явно ожидался и ожидается. И одновременно «авторы» санкций демонстрируют свои этно- и эгоцентрическую направленность. С одной стороны, введение и поддержка санкций разными странами вновь больше демонстрирует разделение мира по оси Запад - Восток. С другой стороны амбиции некоторых западных лидеров явно «зашкаливают».

Санкции, как форма выше упомянутой психологической рационализации, своим завуалированным намерением имеет задачу простимулировать тенденции разъединения народов на экономической основе. Данный приём хорошо сработал в финале существования СССР и, есть надежда, что вполне может сработать в современной обстановке по отношению к международным оценкам как внутри России, так и вне её. Характеризуя направленность реакций на процессы санкционирования в контексте украинских событий в мировом масштабе, когда хотя бы одним реально или потенциально действующим субъектом выступают российские государственные и (или) общественные органы и (или) граждане, можно увидеть их следующие конкретные проявления:

- отношение политических органов и граждан зарубежных государств к русской нации и русским, как в историческом масштабе, так и в связи с современными событиями;
- отношение политических органов и граждан зарубежных государств к другим народам России и их представителям (они, в свою очередь, могут подаваться как «жертвы» русского режима, которым санкции также оказывают помощь);
- отношение русских людей к гражданам зарубежных государств, причем дифференцированное на основе разных критериев (данный момент в свою очередь позволяет дифференцировать «вес» санкций со стороны разных стран и их народов);
- отношение представителей других этнических групп (их органов) России к гражданам зарубежных государств, их властным представителям (не секрет, что представители отдельных этносов больше уверены в правоте современных украинских властей).

Как видим, гамма отношений может быть бесконечной и разнообразной, если брать во внимание количество зарубежных государств, институтов, политических деятелей, граждан, которые так или иначе оказываются вовлеченными в конфликт или оценивают его характер. Соответствующую сложность, пусть и в меньших масштабах, можно обнаружить, фиксируя реакции представителей и органов этнических общностей внутри России на

происходящие события (например, своеобразие оценок конфликта с Украиной было зафиксировано в некоторых общественных движениях Татарстана). Таким образом, этнокультурный аспект санкций никоим образом нельзя исключить из внимания, тем более, если процессы санкционирования приведут к сложным экономическим последствиям.

Кстати надо констатировать, что этнокультурный фактор санкций вкупе с экономическим уже сказывается на восприятии «врагов» и «друзей». По опросу ВЦИОМ осенью 2014 г. 73% россиян считают США враждебной страной (2008г. – 25%). 51% респондентов назвал дружественным Китай (в 2013 г. – 23%). Второе место в списке недружественных стран занимает Украина. Еще даже в 2013 году о таком раскладе цифр по отношению к братскому государству не могло быть и речи. Но вот что интересно: оценка «рядовых» украинцев (не бандеровцев) русскими людьми и русских людей украинцами мало меняется, оставаясь больше положительной. В позитиве подсознания народов не только давнее родство и смешанность на территориях обеих стран, но немало общих достижений в экономике и культуре в советский период. К сожалению, названная тенденция слабо представлена в умах граждан запада Украины.

Продолжая разговор о рациональности/нерациональности введения санкций, попытаемся расширить его этнопсихологическое содержание, опираясь на материалы об актуальных вопросах межнационального взаимодействия. В случае рассматриваемой нами обстановки 2013 и 2014 годов самым существенным является факт, что первопричиной конфликта, приведшего к санкциям, являются в целом – то иррациональные различия в менталитете жителей восточной и западной Украины, т. е. этнокультурная специфика их мировосприятия. Эмоционально заостренное на Майдане противоречие позиций, дополненное ошибками властей, привело к вооруженным столкновениям внутри страны. Поддержка *обеих* противодействующих сторон со стороны других стран стала международным и межкультурным актом. Коррекция данной поддержки посредством политики западных государств и стала целью санкций.

У санкционируемой стороны также имеются рациональные стратегические цели этнокультурного характера, которыми она (сторона) вряд ли попустится. Обсуждая данные ориентиры, представители разных политических течений считают, что в настоящее время В.Путин и «иже с ним» государственные деятели выстраивают «Великую и Святую Русь», у которой особенное, миссионерское предназначение. С точки зрения такой грандиозной цели любые санкции «мелки» по своему содержанию и не выдерживают критики. Более того, экономические санкции в данном случае выполняют роль средств, консолидирующих те силы, которые за «Русь Великую». Данная тенденция усиливается и за счет того, что патриотическая цель дополняется обещанием и

желанием поднять экономическое значение *отечественного производителя*, от чего, несомненно, выиграет и российский потребитель. Т.е. основной принцип рациональности – максимум выгоды, минимум потерь здесь может сработать вкупе с патриотическим настроением. Кстати, последний (настрой) стремится укрепить православная церковь. Патриарх Кирилл на службе в Успенском соборе Кремля (4.11.2014 г.) отметил, что иностранные санкции направлены на то, чтобы люди перестали думать об общенациональном, что цель санкций – посеять смуту в народе. «Пробуждение национального самосознания – самое лучшее лекарство от смуты» - сказал патриарх.

В научных кругах, особенно западных, отвергают стремления и реальные акты религиозных деятелей высказывать свои суждения по актуальным экономическим проблемам, тем более международного плана. При этом забывается, что хозяйственная сторона жизнедеятельности человека исконно выступает чаще всего в качестве средства в его духовных поисках. Против стремления социологов и экономистов свести все мотивы к рациональным размышлениям в свое время выступал и С.Московичи: «Законы общества – это не законы рынка, даже если рынок охватывает все общество. Стремиться освободить экономику от власти установлений и верований – значит лишить ее идей и ценностей, свести к тупому механизму. Однако очевидно, что философские или религиозные представления определяют наши интересы, то, что нам полезно или вредно, что делает нас счастливыми или несчастными. Одним словом, экономические принципы детерминируются мощными интеллектуальными и моральными течениями» [4, с.62].

Политические и духовные лидеры России в проблемной ситуации надеются на стимулирование разных «антисанкционных» ресурсов граждан страны. С одной стороны, активизации подлежат патриотические чувства людей, которые помогут психологически преодолеть любые происки «врагов». С другой стороны, в условиях роста цен, повышения курсов валют, увеличения дефицита импортных товаров, вызванных санкциями, актуальной становится задача научить людей ограничивать собственные запросы. Целесообразным становится рациональное качество, которое специалисты по продажам порой условно называют «уровнем культуры потребления», и которому можно и нужно учиться. Т.Скитовски в статье «Суверенитет и рациональность потребителя» пишет по этому поводу: «даже самая лучшая модель рыночной экономики не может обеспечить потребителя лучшей жизнью, чем он заслуживает по своим знаниям и культуре. Поэтому научить потребителя предъявлять запросы просвещенного человека так же важно, как просто удовлетворять его требования» [8, с.375]. Подчеркивая высказанную идею об обучении «просвещенного потребителя», дополним ее мыслью о том, что человек с такими

характеристиками просвещенности (а тем более тот, кто обеспечивает удовлетворение «разумных» потребностей) может и должен (хотя бы по представлениям властных органов) относиться аскетически к любым санкциям. Для людей, убежденно поддерживающих подобные идеи, санкции в своем экономическом варианте мало что значат, и их «авторы» добиваются противоположного эффекта из-за особенностей массового российского сознания. Последние (авторы) и отечественные оппозиционеры надеются на «прозрение» людей в ситуации санкций, но когда произойдет это прозрение и каковым оно будет - на данные вопросы сегодня вряд ли кто-нибудь даст ответ.

От анализа некоторых рациональных/иррациональных аспектов поведения и мышления производителей и потребителей санкционируемой страны, обратимся к их «собратьям» из стран, которые поддержали санкции. Развитие процесса санкционирования, итог санкций нередко может по-разному затронуть две категории наблюдателей. В конце концов, некоторые их представители становятся жертвами своего бездействия. Дело прежде всего в том, что в большинстве случаев санкционирование не остается односторонним актом. Весьма значимым последствием введения санкций между равнозначными и равноправными международными партнерами становятся *простейшие действия* по принципу: «как аукнется, так и откликнется». Они произошли и в случае с Россией в 2014 году в международном масштабе, сделав «жертву» санкций санкционирующим лицом. Цепная реакция последствий и потерь в такой ситуации непредсказуема для всех «субъектов», вовлеченных в санкционирование с той и другой стороны.

Например, поведение «молчащих» в ситуации санкций предпринимателей, занятых международным бизнесом, с точки зрения экономистов вряд ли можно назвать рациональным. Они не только не стремятся к максимизации своих финансовых выгод, но и не страхуются от возможных потерь. Здесь стоит привести некоторые цифры. По данным экономистов из-за «антисанкций» России в странах ЕС зафиксировано снижение цен на овощи и фрукты в среднем на 30 – 35 процентов. И это при том, что почти полностью прекращен из данных стран экспорт такой продукции в РФ. Показательна в данном отношении ситуация в Польше. Здесь 4 ноября 2014 г. сельскохозяйственные работники провели всепольскую акцию протеста, смысловой квинтэссенцией которой стали вопросы: «Кто фраер – сельский труженик, который несет на своих плечах бремя российского эмбарго, спровоцированного политиками? Или правительство, которое пошло на торговую войну с Россией и не считалось с интересами народа?»

В свете данных протестных вопросов стоит вспомнить, что именно Польша среди всех европейских стран идет в авангарде процесса

санкционирования. Причем, специально или нет отвергаются давние этнокультурные и психогенетические связи между двумя народами. или же они рассматриваются откровенно предвзято. В унисон с действиями правительства польские СМИ то и дело выпячивают проблемы противопоставления варварской и авторитарной России демократическому миру. Интересный момент, когда польские общественные деятели находят искусственные предлоги очернения нашей страны. А. Шпрыкин, президент ВООБ, в интервью «Советскому спорту» (февраль 2014 г.) рассказал следующий факт. Во время чемпионата Европы по баскетболу в Польше представитель ФАРЕ (Всемирная организация по борьбе с проявлениями расизма) долго внимательно изучал герб на российском флаге, а потом задал вопрос: «А почему Георгий Победоносец на гербе России белый, а змей – черный?». Нередки публикации, в которых основной идет мысль о том, что славянского единства, связывающего поляков и русских кровными узами, не существует. У польских правых выражения куда круче: «лучше сжать в кулаке раскаленное железо, чем пожать руку русскому».

Приведенные примеры не продуманного, а сугубо эмоционального отношения польских властей и общественности к вопросу санкционирования России и русских при игнорировании реальных выгод производителей своей страны, побуждают задуматься об одном интересном аспекте экономической рациональности. Речь идет об эффекте оппортунистического поведения, т.е. к поведения, при котором человек, социальная или этническая группа не желают растрчивать свою энергию и силы, надеясь на трудозатраты других субъектов. Это получает особую возможность при осуществлении крупных, масштабных мероприятий или дел. На примере индивида данный момент хорошо отражён в размышлении В. Радаева: «...если группа велика, то или участник сознаёт, что его личное участие или неучастие общей картины существенно не изменит. Поэтому, поддерживая идею организации в целом, он склонен сэкономить свои ресурсы и «выехать» за счёт других. Соблазн «безбилетного проезда очевиден, и проблема «безбилетника» становится камнем преткновения. Причём важно то, что она порождается не ошибочными расчётами или отсутствием информации, а напротив, сугубо рациональными установками индивидов» [7,с.145]. Подчёркнуто мной, А.К.).

Соответствующие рациональные установки на отсутствие собственных затрат и потерь при «групповом» санкционировании России, скорее всего были и у польских властных структур. Но такой оппортунизм негативно оценен не только предпринимателями своей страны, но и гражданами соседних государств. К примеру, «санкционированные» яблоки из Польши попали вместо России в Чехию, «наводнив» рынок и резко снизив стоимость собственной продукции. Чешский журналист Михал Малы, учитывая данное обстоятельство,

опубликовал в газете «Bez censury» (03.10.14 г.) статью «Санкции? Но почему не против Украины?». В ней он, в частности, пишет: «Я не русофил и все еще помню оккупацию в августе 1968 года... Я не являюсь слепым приверженцем ни одной, ни другой стороны – я просто не хочу войны и не хочу трескать польские яблоки». Последняя фраза хорошо отражает характер психологической реакции «наблюдателя». Кстати, выражение «трескать польские яблоки», скорее всего, этнопсихологически связано с практикуемым в Германии и соседних с ней странах стереотипом «*polnigche Wirtschaft*» – польская экономика: беспорядок, плохое ведение дел, воровство. Эту этнокультурную деталь уверенно можно отнести к вопросам поддержки /не поддержки санкций. Она же (деталь) отражает иррациональность экономической практики поляков.

То и дело встречающиеся факты предвзятого отношения к процессу санкционирования показывают, что значимым для восприятия санкций является обстоятельство, согласно которому данным процессом можно манипулировать, т.е. «одевать» санкционируемых и санкции в отношении них во всевозможные «одежды». Такими актами вызываются существенные изменения в толковании обоснованности, объективности и иных характеристик их воздействия, формировать преднамеренную оценку «субъектов» и «объектов» санкций.

При минимальном вмешательстве в оценку действий сторон конфликта со стороны религиозных деятелей (за исключением руководства некоторых церквей христианской конфессии в России и Украине) однозначно негативно выступило высшее лицо буддийской религии. В сентябре 2014 года Далай - Лама дал интервью немецкой газете «Welt am Sonntag», где осудил политику Москвы, заявив, что «изоляция – это самоубийство для России». Как выразитель идей гибкой и миролюбивой религии, он считает российские власти косными и не способными к диалогу. В. Путин получил упрек в эгоцентризме.

Одну из первопричин такой оценки можно искать в непризнании Китаем главенствующей роли нынешнего Далай-Ламы в буддизме, особенно на территории Тибета, принадлежащего Китаю. Пекин регулярно направляет ноты всем государствам, куда наносит (или только намеревается нанести) визит Далай-Лама и его соратники. Например, США и ЕС часто игнорируют подобные обращения, хотя совсем не принимать их во внимание не могут. Интересен в этом плане опыт А. Меркель. Став канцлером ФРГ в 2007 году она встретила с Далай-Ламой, вызвав тем самым сильный гнев китайцев. Сейчас подобных встреч не наблюдается, и в ходе визита Премьера КНР в Германию немцы даже выражали надежды на помощь Китая в воздействии на российское руководство в нужном русле. Ведь обе страны друг к другу прислушиваются.

Например, в оценке Россия следует строго в русле требований своего соседа и партнера по экономическим связям. Далай-Ламе десять лет не

разрешают посещать единоверцев в России, которых в отдельных регионах (Бурятия, Тыва, Калмыкия, Забайкальский край) значительное количество. Естественно, в условиях санкционирования данный момент не мог остаться без последствий.

Учитывая отдельные примеры буддизма – прежде всего восточной религии, обратимся к некоторым аспектам отношения к санкциям со стороны наших азиатско-тихоокеанских соседей. Надо сказать, что «восточной» рациональностью отличается в оценке происходящих событий китайское руководство. Если вспомнить древнюю притчу о мудрой обезьяне, с холма наблюдающей поединок двух тигров и впоследствии действующей в соответствии с результатами поединка, китайцы явно заняли позицию невмешательства. Хотя их «молчание» - это, по крайней мере, жест в пользу России. Такой рационализм Китая имеет истоки в собственном опыте экономических санкций. Дело в том, что 1989 году после разгона демонстраций на площади Тяньаньмэнь США ввели санкции против Китая, очень похожие на те, которые действуют сейчас в отношении России. Многим компаниям запретили торговать с КНР, банкам перекрыли кредиты на Западе, американцы ввели эмбарго на поставки оружия и ограничили доступ к высоким технологиям.

Санкции того времени стали для китайцев одним из стимулов экономического развития. С одной стороны, стараясь все больше и больше делать ставку на собственные силы, и это помогло сделать мощный рывок. Тут можно обратиться к примеру ситуации с животноводством. В середине 80-х годов китайские власти не могли прокормить огромную страну, и значительное количество мясных продуктов закупали в других государствах. После запретов, Китай развил у себя, к примеру, производство говядины и сегодня уже экспортирует ее за рубеж. С другой стороны, санкции заметно изменили психологию многих предпринимателей и просто тружеников в Китае. Они воспротивились взглядам на свою страну, как на поставщика сверх дешевой рабочей силы, как на легион «трудяг», готовых к любому неквалифицированному труду. И национальное достоинство также стало мощной производительной силой. Думается, что приведенный пример с санкциями в отношении Китая для россиян является весьма символичным. Он показывает конкретные направления и шаги действий, чтобы с помощью рациональных и иррациональных механизмов выйти из «поединка» не только победителем, но и духовно, морально окрепшим «субъектом». Очень хочется надеяться на это.

В заключение статьи сделаем некоторые обобщения. Говоря об этнокультурных аспектах санкций, мы имеем в виду те сопутствующие объективные и субъективные реалии, которые усиливают или ослабляют

влияние (восприятие) экономически адекватных санкций. Касается это в первую очередь традиций межэтнического взаимодействия, ментальных, конфессиональных и других особенностей, которые далеко не всегда берутся во внимание одной или обеими сторонами «противодействия». Вместе с тем, они могут использоваться для манипулирования мнениями людей лицами и (или) органами, не в полной мере представляющими последствия таких действий, и в этом тоже психологическая роль санкций. Кроме того, этнопсихологическим содержанием отличаются мнения о введении санкций или отказе от них со стороны не государственных, а общественных деятелей из разных стран. Последние могут делать это, исходя из личных интересов, конфессиональных и культурных установок и т.д. Разнообразие психологических и этнокультурных объективных и субъективных реалий, которые могут выступить ориентирами воздействия санкций, говорит и о множестве критериев рациональности / нерациональности в оценке их (санкций) эффективности.

Литература

1. Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. – СПб.: Высшая школа экономики, 1998. – 312с.
2. Вебер М. «Объективность» познания в области социальных наук и социальной политики / Культурология XX век: Антология – М.: Юрист, 1995. – с.557-603.
3. Карнышев А.Д., Помуран Н.Н. Социальная и экономическая психология . – Иркутск: БГУЭП, 2011. – 483с.
4. Маккей Ч. Наиболее распространенные заблуждения и безумства толпы. – М.: Альпина, 1998. – 333с.
5. Московичи С. Как создаются боги // Психологическое обозрение. – 1997. - №2 (5). – с.54-64.
6. Ольсевич Ю. О национальном экономическом мышлении // Вопросы экономики. – 1996. - №9. – с.117-130.
7. Очерки экономической антропологии. – М.: Наука, 1999. – 127с.
8. Радаев В. О роли насилия в российских деловых отношениях//Вопросы экономики. 1998. №10, с.81-100.
9. Скитовски Т. Суверенитет и рациональность потребителя // Теория потребительского поведения и спроса. – СПб: Экономическая школа, 1993. – с.370-377.
- 10.Хантингтон Сэмюэл П. Запад уникален, но не универсален. – Мировая экономика и международные отношения. – 1997. - №8. – с.84-93.

PSYCHOLOGICAL FACTORS AND ETHNO-CULTURAL RATIONALITY / NON-RATIONALITY OF ADMINISTRATION AND THE PERCEPTION OF ECONOMIC SANCTIONS

Karnyshev A.D.

Economic sanctions - a phenomenon purely rational, since their introduction is usually justified, determined by specific reasons and goals. Psychological perception of the process and attitude as determined by the interests and socio - economic attitudes of people and other irrational moments. Among the ethnic and cultural factors influencing the sanctions should be noted ethnic and religious values and attitudes, individualistic or collectivist orientation relationship to social phenomena, etc.

Keywords: rationalization and rationality, the context of sanctions, ethnic mentality, ethnic and cultural factors, traditions and customs.

ВЛИЯНИЕ КОГНИТИВНОЙ ПОТРЕБНОСТИ ЛЮДЕЙ НА ВОСПРИЯТИЕ СООБЩЕНИЙ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Крылов А.Ю.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Автор полагает, что телевидение, радио, газеты представляют окружающую реальность в большей степени тенденциозно. Чтобы гарантировать высокие рейтинги и доходы, содержание материалов средств массовой информации становится развлекательным и не требует достаточных когнитивных усилий со стороны потребителей. Подобная практика вносит искажения в действительность. Автор считает, что вероятность тщательной проработки информации будет определяться мотивацией и возможностями человека. Основной фактор, связанный с мотивацией - это когнитивная потребность. Люди, заинтересованные в проблеме, будут анализировать сообщение глубже, чем те, кого данная тема не затрагивает.

Ключевые слова: средства массовой информации, установка, аналитический подход, когнитивная потребность, переработка сообщений, освещение новостей, модернизация, мотивация, формирование убеждений.

Современный мир наполнен событиями (вооруженные конфликты, массовые демонстрации, стихийные бедствия, эпидемии, коррупционные скандалы, политические и экономические преобразования и многое другое). Конечно, средства массовой информации (СМИ) не в состоянии детально отреагировать на все эти новости. Большинство из них отсеиваются и никогда не публикуются. Поэтому телевидение, радио, газеты представляют окружающую реальность в большей степени тенденциозно и обманчиво. В результате, -

потребитель таких сообщений получает искаженную картину мира и формирует соответствующие установки.

Уолтер Липпманн в своей книге «Общественное мнение» писал об этом так: «...между человеком и его средой располагается некая псевдосреда. Поведение человека является реакцией именно на эту псевдосреду. Последствия этой реакции, собственно действия человека, происходят уже в реальной среде. Если поведение выражается не в практических действиях, а в том, что можно условно обозначить как мысли или эмоции, потребуется много времени, чтобы в структуре фиктивного мира образовалась серьезная брешь. Но если стимул, исходящий из псевдофактов, ведет к взаимодействию с объектами или другими людьми, то противоречие возникает достаточно быстро. Складывается впечатление, что некто лезет на рожон, учится на собственных ошибках, испытывает дискомфорт от неумения приспособиться к окружающей действительности» [3, стр. 36].

Любой политический деятель знает, что важнейшей целью предвыборной кампании является установление контроля над источником новостей для избирателей.

Недавно Британские парламентарии договорились о создании новой комиссии по контролю над прессой. Было решено, что новый орган надзора получит право взимать штрафы до 1,5 млн. долларов, а также требовать от изданий официальных извинений, в том случае если СМИ начнут распространять клевету или посягать на частную жизнь граждан.

Что в современных демократических странах определяет конкретный выбор новостей для порталов интернета, телевидения, радио и для публикации в журналах и газетах? Там, где господствуют авторитарные режимы, новости обычно подвергаются цензуре правящих элит. Такой явный контроль в демократических государствах является редкостью, и когда это происходит, то часто дело кончается немедленными общественными протестами.

Уже более четырех лет идеология модернизации экономики в нашей стране стала заменять идеологию энергетической сверхдержавы. Ее достаточно активно внедряют в массовое сознание населения. По результатам опроса, проведенного Центром политических технологий среди экономистов, политологов и представителей крупных международных и российских компаний, выяснилось, что единого взгляда на стратегию модернизации нет, однако можно выделить две основных точки зрения на этот вопрос.

Сторонники «комплексной модернизации» считают, что этот процесс должен затрагивать не только экономику, но и общество и политическую систему - т.е. необходим полный пересмотр парадигмы развития. Главными условиями модернизации России являются демократические преобразования:

обеспечение независимости ветвей власти, многопартийная система, демонополизация сферы принятия решений. Только после этого можно осуществлять реформирование административной системы, правоохранительных органов и различные проекты. Такого мнения придерживаются, в основном, политологи и экономисты.

При «проектной модернизации» инициируются преобразования в разных отраслях экономики, общества, государства - с участием бюрократии, политической власти, бизнеса и с широкой экспертной поддержкой. Для ее осуществления необходима сильная политическая воля (политический ресурс), экспертный ресурс, профессиональный менеджмент и мониторинг за расходованием средств.

В России с конца 90-х до начала 2000-ных модернизация была комплексной. В настоящее время все инновационные проекты связаны только с государством. Проектный тип модернизации, проводимой в России, обусловлен сложившейся в стране авторитарной системой. Главными барьерами модернизации в нашей стране (по данным Центра политических технологий) являются высокий риск, коррупция, кумовство, конфликт интересов, низкий потенциал административного управленческого аппарата и фактическое отсутствие гарантий прав собственности.

Успех инновационных проектов во многом зависит от участия в нем субъектов, имеющих позитивный имидж или доказавших свою эффективность. Немаловажную роль играет широкое освещение проекта средствами массовой информации.

Но как, при той массе информации, которая поступает по каналам новостей, редакторам различных изданий выбрать, что печатать в газетах и показывать по телевидению?

Корреспонденты чаще всего работают в специальных местах - то есть им назначают для освещения новостей список организаций, вроде Государственной думы, судебных учреждений, или спортивных стадионов. Это сразу привносит пристрастное отношение в освещение новостей - то, что происходит в промежуточных сферах, вряд ли попадет в поле зрения репортеров и журналистов, если только это не стихийное бедствие или другое из ряда вон выходящее событие.

Большинство специалистов в области СМИ выполняют работу к назначенному сроку; чтобы успеть выполнить работу во время, репортеры обращаются прежде всего к тем источникам, с которыми легко контактировать (например, политические деятели или выдающиеся спортсмены). Это тоже порождает пристрастное отношение, потому что корреспондент создает некий

шаблон события. Часть информации, не согласующаяся с шаблоном, в новости не попадает.

В последнее время возрастает количество специалистов в области СМИ, работающих на различные корпорации и холдинги.

Например, два популярных в России телеканала, НТВ и ТНТ, входят в «Газпром-Медиа Холдинг» - вместе с радиостанциями «Эхо Москвы», «Сити FM», «Relax FM», «Детское радио», спутниковым каналом НТВ+, журналами «Итоги», «7 дней - телепрограмма», «Караван историй», газетой «Трибуна» и видеохостингом rutube.ru. Сам холдинг принадлежит «Газпромбанку», активы которого, в свою очередь, поделены между «Газпромом» (35,54%), «Внешэкономбанком» (10,2%) и пенсионным фондом «Газфонд» (47,4%). «Европейская медиагруппа» («Европа Плюс», «Кекс FM», «Ретро FM», «Радио 7», «Радио Рекорд», «Радио Спорт») входит в холдинг «Сибирский деловой союз». Радиохолдингом «Русская Медиагруппа» («Русское Радио», «ХИТ FM», «Радио MAXIMUM», DFM, радио Monte Carlo) владеют ключевые топ-менеджеры «Лукойла».

Холдингу «ПрофМедиа» на телерынке принадлежат каналы ТВ3, «MTV Россия» и «2x2», а в сегменте радио – «Автораддио», Energy, «Юмор FM» и «Радио Романтика». Эти активы, пусть и весьма далекие от политики, тем не менее, достаточно сильно влияют на целый ряд социальных страт, наравне со многими другими развлекательными СМИ участвуя в формировании информационной «повестки дня» в стране.

Все телепрограммы, включая вечерние новости, должны стремиться к получению прибыли, а эта цель трансформируется в обеспечение аудитории и достижение рейтингов, способных привлечь рекламные деньги. А что побуждает людей смотреть новости? На первом месте – гедонистический принцип (желание развлечься и получить удовольствие), желание получить информацию является второстепенным мотивом просмотра телепрограмм. Чтобы гарантировать высокие рейтинги и доходы, содержание материалов средств массовой информации должно быть приятным и не требующим особых усилий со стороны потребителей, оставаясь в то же время возбуждающим, эмоционально привлекательным и, главным образом, развлекательным.

По этой же причине составители новостных программ, принимая решения о том, какие события освещать и какую часть ежедневных видеозаписей представить целевой аудитории, делают это, основываясь, по крайней мере частично, на развлекательной ценности данного материала. Гигабайт видеоматериала о затопленном европейском городе обладает куда большей развлекательной ценностью, чем гигабайт информации о строительстве дамбы для предотвращения такого затопления.

Точно так же, как насыщенные действием события, вроде футбольных баталий, более интересны по телевидению, чем спокойные шахматные матчи. Существует большая степень вероятности, что митинги, взрывы, землетрясения, акты насилия получают больше эфирного времени, чем истории о людях, помогающих друг другу, или о тех, кто работает во благо своей страны.

Что делает сообщение заслуживающим внимание? Как правило, это:

- актуальность и новизна;
- конфликт или скандал;
- необычность или оригинальность;
- доступность для переработки целевой аудиторией;
- эмоциональность;
- непродолжительность по времени;
- яркость и образность.

Подобное освещение событий не дает сбалансированной или законченной картины происходящего в мире не потому, что люди, руководящие СМИ, агрессивны и стараются манипулировать людьми, а просто потому, что они стремятся развлекать целевую аудиторию. И в этом стремлении развлечь, они невольно влияют на представления людей о мире.

Как отмечает политолог Бернанд Коэн, средства массовой информации, «может быть, и не добиваются большого успеха в том, чтобы растолковать людям, что думать, однако они потрясающе успешно растолковывают своим читателям, о чем думать... Мир будет по-разному видеться разным людям, в зависимости от... карты, составленной для них авторами, редакторами и издателями тех газет, которые эти люди читают» [1, стр. 146]. То есть, - речь идет о доступности сообщений, насколько быстро они приходят в голову и насколько тесно связаны с оценкой того, о чем говорится в сообщении.

Освещение телевидением политической кампании все больше напоминает мероприятие развлекательного характера, а не дискуссию о проблемах в стране и мире. Будучи кандидатом в президенты России Владимир Жириновский выпустил свой предвыборный ролик, в котором центральным образом является осел.

Сюжет ролика строится вокруг попыток Жириновского заставить осла везти сани. При этом в санях сидит сам лидер ЛДПР, одетый в бурку, дубленку и меховую шапку. Он стегает осла кнутом, выкрикивая при этом фразы политико-философского характера. «Вот этот паршивый маленький ослик - символ нашей страны, - говорит Жириновский в ролике. - Если стану президентом, у нас вновь появится удалая тройка. Пшел! Еле двигается, идти не может, на месте стоит вся страна». Таким образом, избирателей убеждают развлекая.

Необходимо задуматься о том, будет ли у людей желание смотреть телевизор (читать газеты или журналы), если заказчики рекламы и политики заменят все рекламные ролики объявлениями, содержащими только познавательную информацию. При этом не безынтересно, что произошло бы с рейтингами, если бы весь объем развлекательных образов, создающих «псевдосреду», которые преподносятся в новостных программах, редакторы заменили детальным освещением важных, но, неинтересных событий. Заказчики рекламы, политики и редакторы различных изданий считают необходимым в предъявлении своих сообщений опираться на яркие (запоминающиеся) образы. Эта практика вносит искажения в действительность и создает «псевдореальность» путем устранения всего того, что мешает получать информацию для развлечения.

Важность процесса переработки содержания сообщения впервые была отмечена в аналитическом подходе к убеждению (К. Ховланд, 1953). Это эклектическое направление, использующее ряд «работающих» теоретических положений. Его сторонники предполагают, что формирование установки опосредуется запоминанием и воспроизведением содержания сообщения. Подобному поведению способствуют стимулы, побуждающие принять данную позицию. При этом исследуются различные аспекты формирования убеждений, влияющие на переработку сообщения. Основная формула данного подхода: «Кто и что сказал, кому, каким образом и с каким результатом?».

Соответственно, исследуемыми независимыми переменными оказываются источник информации, характер сообщения, характеристики реципиента. Внутренние опосредующие процессы - это внимание к сообщению, «схватывание» его содержания, повторение аргументов и формирование позиции в отношении сообщения. Зависимыми переменными («с каким результатом?») считаются убеждения, установки и поведение.

Описанный способ структурирования процесса убеждения и исследование множества интересных феноменов позволили аналитическому подходу оказать значительное влияние на последующие исследования в данной области.

Основным положением аналитического подхода был прием сообщения. Тем самым акцент ставился на внимании и понимании его содержания, т.е. на процессах, содействующих формированию убеждений. Если предположить, что особенности приема сообщения отражаются на воспроизведении его содержания, можно было ожидать наличия выраженных корреляций между воспроизведением сообщения и изменением установок. Фактически же оказалось, что запоминание и убеждение коррелировали слабо (Ш. Чейкен, 1993). Вследствие этого экспериментаторы обратили внимание на другие

когнитивные медиаторы изменения установок: активное преобразование информации, анализ и выдвижение аргументов.

В ранних исследованиях активного мышления в качестве техники убеждения использовалась ролевая игра. Было показано (И. Джанис, 1956), что студенты, активно использовавшие в импровизированных речах ранее прочитанные материалы, продемонстрировали более заметное изменение установки, чем представители других экспериментальных групп, просто начитывавших чужие тексты на магнитофон или читавших их про себя.

Было высказано предположение (У. Макгуайр, 1962), что реципиенты, предупрежденные об убеждающем характере сообщения, лучше сопротивляются навязываемой информации и выдвигают собственные контраргументы. Эта гипотеза была подтверждена в ряде исследований (Ш. Чейкен, 1993).

Начиная с 1980-х годов, большая часть теорий убеждения основывается на вероятностной модели переработки (Р. Петти и Д. Качиоппо, 1986) и на модели эвристико-систематической переработки (Ш. Чейкен, 1987). Эти теории уточняют, когда именно на людей окажет более сильное воздействие логика аргументации, а когда более поверхностные характеристики [2, стр. 247].

В модели наибольшей вероятности «центральными» считаются процессы, предполагающие тщательный анализ аргументов сообщения и наличие умственного усилия, а «периферическими» - более автоматизированные (классическое или оперантное обусловливание, социальная идентификация и использование эвристик). Центральный и периферический анализ оказывают на процесс суждения прямо противоположное влияние. Когда у человека мало времени, его ресурсы ограничены, и он не может детально анализировать любое сообщение убеждающего характера, запускаются периферические процессы. «Вероятность тщательной проработки» будет определяться мотивацией и возможностями индивида. Чем они выше, тем в большей степени в формировании суждения будут задействованы центральные процессы (будет формироваться «когнитивный ответ»). В противном случае на установку более существенно повлияют периферические процессы. Установки, формирующиеся за счет центральных процессов, оказываются наиболее прочными (устойчивыми, плохо поддающимися изменению и прогностичными в плане поведения).

Значимым нововведением в исследовании глубины переработки информации, предложенным Р. Петти и его коллегами, явилось систематическое варьирование силы аргументации. Было проведено предварительное исследование набора аргументов с точки зрения того какие мысли они вызывают при тщательном обдумывании. Если аргументы были значимыми, процессы центральной переработки приводили к формированию преимущественно положительных когнитивных ответов и более позитивных установок. Если

аргументы были слабыми, тщательная переработка информации вызывала много вопросов и приводила к формированию менее позитивных установок.

Аналогичная взаимосвязь с качеством аргументации наблюдалась и для других переменных, связанных с мотивацией и возможностями субъекта и влияющими на переработку информации.

Основной фактор, связанный с мотивацией и подвергавшийся исследованию - это *когнитивная потребность*. Люди, заинтересованные в проблеме, будут анализировать сообщение глубже, чем те, кого данная тема не затрагивает.

Для проверки этого утверждения был проведен поисковый эксперимент с испытуемыми, регулярно просматривающими телевизионные передачи, слушающими радио и использующими для получения информации ресурсы интернета. Респонденты указывали наиболее посещаемые сайты, любимые телевизионные программы и радиопередачи. Кроме того, исследовался их уровень когнитивной потребности.

В качестве испытуемых выступали молодые люди в возрасте 18-25 лет, имеющие незаконченное высшее образование из Москвы и Московской области, а также люди среднего и старшего возраста, имеющие среднее, среднее-специальное и высшее образование из различных регионов Российской Федерации. Испытуемые давали ответы на вопросы: «Какие сайты интернета для Вас являются избранными?», «Какие телевизионные программы Вы предпочитаете?», «Какие радиопередачи Вы слушаете чаще всего?». Кроме того исследовалась когнитивная потребность респондентов, отражающая степень увлеченности и удовольствия людей от когнитивной деятельности (требующей определенных усилий).

Коэффициент линейной корреляции Пирсона вычислялся путем нормирования ковариации переменных на произведение их среднеквадратических отклонений.

В исследовании приняли участие 49 человек в возрасте от 18 до 60 лет, студентов Финансового университета и слушателей курсов повышения квалификации, представляющие различные регионы Российской Федерации.

В качестве показателей переменной 1 выступали баллы, полученные испытуемыми по тесту оценки когнитивной потребности (среднее значение - 68,28571). Переменная 2 включала интегральные оценки от 1 до 3 степени познавательности/развлекательности телевизионных программ, радиопрограмм и сайтов интернета, которым отдали предпочтение респонденты в ходе опроса.

3 балла получали аналитические каналы, позволяющие тщательно изучать аргументацию и всю прочую релевантную информацию.

2 балла - комбинация развлекательных и познавательных каналов.

1 балл - развлекательные каналы, не предполагающие обдумывания и осознанного усилия.

Численное значение коэффициента корреляции ($r = 0,434312$) подтверждает наличие положительной связи между степенью увлеченности и заинтересованности когнитивной деятельностью и предпочтениями людей в выборе информации, которая поступает к потребителю по различным каналам.

Таким образом, - чем выше степень когнитивной потребности у человека, тем более познавательные программы в СМИ он предпочитает.

Испытуемые с высоким уровнем когнитивной потребности получают большое удовольствие от активного обдумывания любой темы в СМИ (будь то сайты интернета, радиопередачи или телевизионные программы). Испытуемые с низкой когнитивной потребностью обычно слабо мотивированы в отношении специальных познавательных усилий. Люди с высокой когнитивной потребностью склонны к осознанной переработке информации и менее подвержены желанию развлечься и получить удовольствие.

Литература

1. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М., 1998.
2. Введение в социальную психологию. Европейский подход: Учебник для студентов вузов / М. Хьюстон, В. Штрёбе. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
3. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

INFLUENCE NEED FOR COGNITION OF PEOPLE ON PERCEPTION OF MESSAGES IN MASS MEDIA

Krylov A.U.

The author believes, that TV, radio, newspapers represent environmental reality in the greater degree tendentiously. To guarantee high ratings and incomes, the maintenance of materials of mass media becomes entertaining and does not demand sufficient cognition efforts on the part of consumers. Similar practice brings distortions in the validity. The author considers, that the probability of careful study of the information will be defined by motivation and opportunities of the person. The major factor connected to motivation is need for cognition. People interested in a problem, will analyze the message more deeply, than those whom the given theme does not mention.

Key words: *mass media, installation, the analytical approach, need for cognition, processing of messages, illumination of news, modernization, motivation, formation of belief.*

ВЛИЯНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ СТУДЕНТОВ О «СОВЕТСКОМ ВРЕМЕНИ» НА ОТНОШЕНИЕ К СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Лебедев А.Н.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Гордякова О.В.

Московский институт психоанализа

Орлова Н.В.

НИИ ядерной физики имени Д.В. Скобельцына МГУ

В статье рассматриваются понятия социальной памяти и теории поколений. Приводятся результаты исследования влияния представлений студентов о «советском времени» на отношение к современной России. Очевидно, что восприятие страны и отношение к ней определяются не только ее далеким, но и недавним прошлым, то есть эмоциональными оценками сформировавшегося у респондентов образа. В исследовании не выявляется однозначного отрицательного или положительного отношения студентов к истории Советского Союза, что позволяет им достаточно объективно воспринимать реалии современной России. В отличие от лиц старшего возраста, которые часто высказывают полярные точки зрения о стране своего детства и юности, современные студенты воспринимают доступную им информацию неоднозначно. При этом их мнения основаны на эмоциональных оценках и не подкреплены ссылками на конкретные факты.

Ключевые слова: социальные представления, обыденные представления, образ представления, эмоциональное отношение, эмоциональная оценка, личность, теория поколений, семантический дифференциал, историческая память.

За последние десятилетия в нашей стране произошли огромные социально-экономические изменения, которые привели к глобальным изменениям и в сфере социальных норм и ценностей. Поскольку новые поколения россиян имеют весьма разнообразные и часто смутные представления о прошлом нашей страны, то возникает закономерное предположение о том, что на оценки современной России влияет образ СССР, причем это влияние может быть неоднозначным [2-7].

Новые поколения молодых людей неоднородны не только по своей принадлежности к тем или иным слоям общества, но и по многим психологическим, мировоззренческим, морально-нравственным и личностным характеристикам, которые формируются под воздействием информации, поступающей к ним из различных источников (во время учебы в ВУЗе, под влиянием прессы, телевидения, Интернета, кинофильмов и других видов искусства, а также общения с людьми старшего возраста и, прежде всего, с родителями и родственниками).

Сегодня психологически сложно понять и проследить, как именно формируется мировоззрение современного молодого человека и каково влияние

обыденных представлений о «советском времени» на отношение людей к современной экономической и социальной жизни, так как оно практически не изучается. Это и создает научную проблему, которая является предметом нашего исследования [1-7].

Результаты исследования и их анализ. В 2014 году нами был выполнен научный проект, поддержанный РГНФ: «Влияние обыденных представлений людей о «советском времени» на отношение к рыночной экономике современной России», (13-06-00690а).

В исследовании проводился анализ представлений о «советском времени», изучались оценки современной российской экономики людьми разного пола, возраста, социального положения, отношения к собственности и власти, религии, национальности и др. Рассматривалась также взаимосвязь личностных характеристик респондентов, определяемых с помощью психодиагностических и социально-психологических методик, с отношением к различным сферам рыночной экономики (налоги и налогообложение, предпринимательство и работа по найму, распределение доходов в частных компаниях и государственных структурах, пенсионное обеспечение, социальная поддержка, социальная ответственность бизнеса, сфера кредитования, взаимоотношения между представителями различных социальных и социально-экономических слоев общества).

Главная задача исследования состояла в том, чтобы рассмотреть механизмы и факторы, искажающие представление о «советском времени» как в сторону его идеализации, так и полного неприятия. Основная гипотеза состояла в том, что социальная память (общественное явление), как и индивидуальная память человека (психический процесс), подвержены мифологизации и искажениям, что определяется не только особенностями индивидуальной психической деятельности людей, но и многочисленными, гораздо более сложными влияниями социальных факторов (социальных институтов, организаций, групп и т.д.). Научная новизна исследования определялась тем, что рассматриваемая в нем психологическая проблема в социальной и экономической психологии до этого подробно не изучалась.

Основным методологическим подходом к анализу заявленной проблемы является системно-комплексный подход, включающий в себя анализ не только сугубо психологических особенностей респондентов, но также их социальных, политических, мировоззренческих, этических, образовательных и других характеристик. В целом на разных этапах исследования было обследовано более 300 респондентов. Помимо специально разработанных анкет, ряда психодиагностических опросников и тестов, испытуемым предлагалось оценить СССР и Россию по шкалам семантического дифференциала (см. таблица 1).

Таблица 1. Шкалы семантического дифференциала по методике Ч.Осгуда

1.	плохой	-	хороший
2.	глупый	-	умный
3.	несправедливый	-	справедливый
4.	злой	-	добрый
5.	нечестный	-	честный
6.	бедный	-	богатый
7.	грустный	-	радостный
8.	ленивый	-	трудолюбивый
9.	слабый	-	сильный
10.	некультурный	-	культурный

В результате усреднения было получено усредненное распределение оценок испытуемыми СССР и современной России (см. график 1).

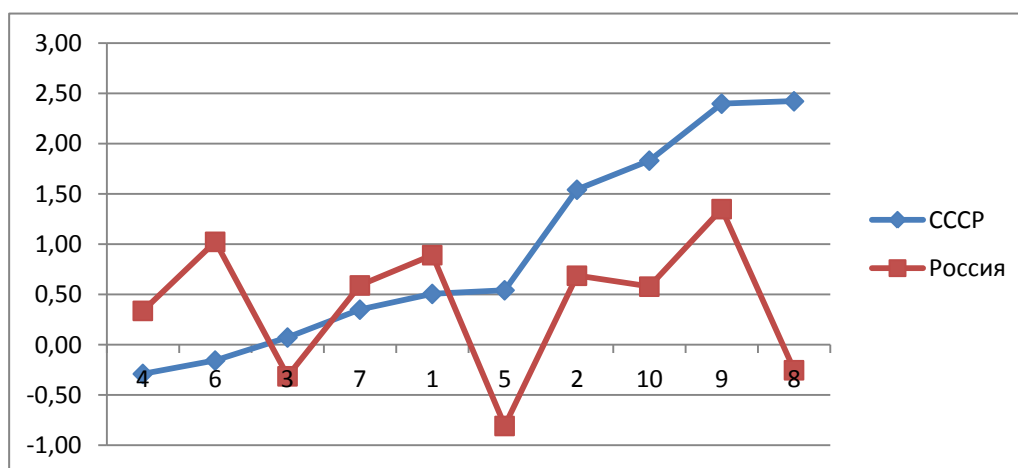


Рис.1. График усредненных оценок по методике семантического дифференциала образа СССР и современной России студентами 1-2 курса московских ВУЗов (шкала абсцисс – порядковая шкала полярных определений, проранжированная по возрастанию оценок СССР испытуемыми)

Как видно на графике 1, оценка испытуемыми современной России по шкалам «злой – добрый», «бедный – богатый», «грустный – радостный» и «плохой – хороший» выше, чем оценки образа СССР по этим шкалам. То есть современная Россия оценивается испытуемыми как «добрая», «богатая», «радостная» и «хорошая». В свою очередь, СССР в отличие от современной России, оценивается испытуемыми как «справедливый», «честный», «умный», «культурный», «сильный» и «трудолюбивый».

В результате корреляционного анализа были получены значимые связи между оценками современной России, СССР и характеристиками личности испытуемых по тексту 16 PF Кеттелла (см. таблицы 2, 3).

Таблица 2. Таблица корреляций оценок СССР студентами по методике семантического дифференциала Ч.Осгуда и факторами теста 16 PF Кеттелла

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	,13	,45*	,07	,02	-,47*	,09	,40	,50*	-,03	,26
C	,23	,09	,51**	,49*	,20	-,04	,18	-,03	,22	-,16
H	,23	,32	,55**	,41*	-,10	,16	,25	,30	,13	,29
I	-,08	,15	,01	-,21	,13	,43*	-,08	,20	,05	,43*
O	,13	,30	-,03	-,19	-,14	,26	,15	,05	-,18	,50*
Q4	-,40	,08	-,54**	-,29	-,38	,16	,28	,25	,30	,26

* $p < 0,05$; ** $p < 0,001$

Было показано, что люди чуткие, внимательные, эмоциональные, готовые к сотрудничеству (фактор А) оценивают СССР как «хороший», «трудолюбивый», но «нечестный». Испытуемые эмоционально устойчивые, спокойные, уверенные в себе (фактор С), а также смелые, решительные и невосприимчивые к угрозе (фактор Н) оценивают СССР как «справедливый» и «добрый». Люди утонченные, склонные к художественному восприятию мира (фактор I), а также тревожные, с высоким чувством вины (фактор О) оценивают СССР как «богатый» и «культурный». И, наконец, испытуемые беспокойные, неусидчивые, находящиеся в ситуации постоянной фрустрации (фактор Q4) оценивают СССР как «справедливый».

Таблица 3. Таблица корреляций оценок современной России студентами по методике семантического дифференциала Ч.Осгуда и факторами теста 16 PF Кеттелла

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
L	-,43	-,38	-,53**	-,14	-,39	-,10	-,18	-,30	-,36	,04
N	,01	,03	,14	,17	,46*	-,004	,14	,06	,18	,06
O	-,08	-,48*	-,37	-,36	-,31	-,12	-,23	-,13	-,29	-,12
Q2	-,26	-,25	-,02	-,39	-,10	-,14	-,37	-,09	-,54**	-,09
Q3	,41	,41	,47*	,37	,69**	,27	,30	,31	,30	,27
Q4	-,15	-,22	-,52**	-,07	-,42	,02	,10	-,03	0	-,01
AT	-,24	-,37	-,17	-,27	-,64**	-,14	-,04	-,24	-,30	,02

* $p < 0,05$; ** $p < 0,001$

В результате корреляционного анализа были обнаружены значимые связи между оценками современной России и личностными характеристиками испытуемых. Так, люди тревожные, с высоким чувством вины (фактор О) чаще оценивают Россию как «глупую». Испытуемые подозрительные, настороженные (фактор L), а также беспокойные, неусидчивые, находящиеся в ситуации

постоянной фрустрации (фактор Q4) чаще оценивают современную Россию как «несправедливую», а организованные, хорошо контролирующие свои эмоции (фактор Q3) оценивают Россию как «справедливую».

Люди проницательные, рациональные (фактор N), а также организованные, хорошо контролирующие свои эмоции (фактор Q3) оценивают Россию как «честную». Самостоятельные, независимые, инициативные (фактор Q2) оценивают Россию как «слабую».

Рассматривая проблему и полученные результаты на теоретическом уровне, следует отметить ряд важных тенденций, характерных для явления исторической памяти и теории поколений (Д.Жодле, Э.Лофтус, Н. Хоув, В. Штраус и др.) [6, 7]. Прошлое цивилизации формирует некий социальный опыт, основная задача которого – это выживание последующих поколений. Представление о том, что выживать обществу помогает только объективная наука, в настоящее время не выдерживает критики, поскольку, как показывает история, заблуждение также обеспечивает выживание человечества, как и знание объективных законов природы.

В частности, религиозное мировоззрение способствует уверенности и оптимизму. Если люди оказываются на краю катастрофы и гибели, то на основе религиозного мировоззрения они создают такую картину мира, которая обеспечивает им веру в возможность спасения, надежду на возможность «продолжения своего существования» пусть даже и в некоей «бестелесной», воображаемой форме. Это свойство человеческого мышления, которое подробно описали последователи З.Фрейда во главе со своим учителем-основателем психоанализа, помогает людям пережить трудные жизненные периоды. Его обязательно необходимо принимать во внимание, анализируя явления, которые связаны с понятием социальной памяти [3, 6, 7].

Чем больше времени проходит с момента распада СССР, тем эффективнее образ «советского прошлого» работает как мотивирующий символ, формируя и поддерживая надежду, мечту и уверенность в завтрашнем дне. То есть события прошлого становятся неким идеалом, точно так же, как, например, история Иисуса Христа из прошлого управляет нашей деятельностью по созданию «светлого будущего». При этом проявляется тенденция к вытеснению из социальной памяти негативного опыта и явное преувеличение значения опыта позитивного [4, 5, 8].

Проведенное эмпирическое исследование позволило сделать некоторые практические выводы.

1. Как показывают исследования, однозначного отношения в виде эмоциональных оценок студентов к образу СССР и образу современной России не обнаружено. То есть их оценки обладают вариативностью и по ряду

параметров существенно различаются. Это свидетельствует о достаточно противоречивом образе СССР. При этом респонденты не замечают подобных противоречий, что доказывает возможность психологического влияния (манипулирования) на восприятие ими исторических фактов.

2. Существует значимая статистическая связь между эмоциональными оценками студентов образов СССР и современной России и некоторыми их личностными качествами, определяемыми по тесту Кеттелла, что требует индивидуального подхода, например, при формировании патриотического мировоззрения в рамках учебного процесса.

3. В отличие от оценок студентами образа современной России, их оценки образа СССР в большей степени основаны на стереотипном восприятии информации, поэтому целесообразно провести сравнительный анализ оценок изучаемых объектов лицами разного возраста и определить, насколько и как именно различаются связи между оценками и личностными характеристиками респондентов разного возраста.

Литература

1. Лебедев А.Н. Проблемы патриотического воспитания студентов российского вуза / Гуманитарные науки. Вестник финансового университета. №2 (14). 2014. С.60-69.
2. Лебедев А.Н. Психологические механизмы социальной памяти в условиях ценностно-смысловой неопределенности // Гуманитарные науки. - М.: Финансовый университет, 2014. С. 58-63.
3. Лебедев-Любимов А.Н. Психология для экономистов. – М.: Юрайт, 2014.
4. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. «Феномен «школьной фотографии»: социальные сети и социальные иллюзии» / Психологические и психоаналитические исследования. – М.: Московский институт психоанализа, Центр стратегической конъюнктуры, 2014. С. 93-103.
5. Мальсагова К.Б., Лебедев А.Н. Всеобщая доступность высшего образования: гарантия эффективного экономического роста или социальная иллюзия? // Формирование общекультурных и профессиональных компетенций финансиста. Сборник научных трудов студентов, аспирантов и преподавателей Финансового университета при Правительстве РФ. Выпуск четвертый. - М.: Издательство "Спутник +", 2014. С.75-79.
6. Московичи С. От коллективных представлений – к социальным // Вопросы социологии. Москва, 1992. Т.1, № 2. С.89-96.
7. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. Т. 16. № 1. С. 3-18; № 2. С.3-14.

8. Kahneman, D., & Tversky, A. (Eds.). (2000). Choices, values and frames. New York: Cambridge University Press.

INFLUENCE OF IDEAS OF STUDENTS OF "SOVIET PERIOD" ON THE RELATION TO MODERN RUSSIA

Lebedev A.N., Gordyakova O. V., Orlova N.V.

In article concepts of social memory and the theory of generations are considered. Results of research of influence of ideas of students of "Soviet period" on the relation to modern Russia are given. It is obvious that the perception of the country and the attitude towards her are defined not only its far, but also recent past, that is emotional estimates of the image created at respondents. In research doesn't come to light the unambiguous negative or positive relation of students to history of the Soviet Union that allows them to perceive realities of modern Russia rather objectively. Unlike senior citizens who often state the polar points of view about the country of the childhood and youth, modern students perceive information available to them ambiguously. Thus their opinions are based on emotional estimates and not supported with links to the concrete facts.

Key words: *social representations, ordinary representations, image of representation, emotional relation, emotional assessment, personality, theory of generations, semantic differential, historical memory.*

МОДЕЛЬ ЛИЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ⁴

Мужичкова Ю.Е.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье проанализированы особенности личностных характеристик предпринимателя с точки зрения возможности проявления личной социальной ответственности. Рассмотрены различные модели личной социальной ответственности. Приведены результаты разработки психодиагностической методики личной социальной ответственности. В процессе разработки методики было выделено 4 фактора, представляющих собой модель личной социальной ответственности.

Ключевые слова: личная социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, предпринимательство, индивидуально-психологические особенности.

В последние годы изучению феномена предпринимательства и психологических факторов, влияющих на эффективность предпринимательской деятельности, посвящено достаточно много исследований. В научной литературе отмечается, что предпринимательство в России отличается специфичностью,

⁴ Исследование проводилось при поддержке РГНФ (грант № 12-06-00556а, «Психолого-экономические механизмы социальной ответственности российского бизнеса в сфере финансов»)

природа которой лежит в особенностях становления данного класса [7]. Часто успешность достижений предпринимателя определяется его коммуникативными способностями, а также, не зависящими от него факторами, такими как: семейные и родственные связи, место рождения, место учебы и тому подобное. В исследованиях, посвященных оценке индивидуально-психологических особенностей предпринимателей отмечены такие личностные характеристики, как потребность в независимости, повышенная готовность к риску, решительность, энергичность, вера в себя, оптимизм, потребность в доминировании, соревновательность, ориентация на собственное представление решения проблем, умение обучаться, изменяться сообразно ситуации [3].

Если обратиться к работам начала двухтысячных годов, то можно обнаружить крайне скептическое отношение к возможности российских предпринимателей быть социально ответственными. Поведение молодых российских бизнесменов характеризовалось как социально безответственное. Так В.И. Маслов выделяет в качестве причины формирования безответственного социального поведения молодых предпринимателей социальную ситуацию, в которой происходило становление личности. По его мнению, основная часть отечественного руководства не имела достаточного социального воспитания. Моральные нормы молодых руководителей формировались в период криминализации страны и ломки традиционных ценностей. Можно предположить, что многие из них мечтали стать предпринимателями, не считаясь с нормами нравственности. Основным мотивом было получение больших и быстрых денег. По словам Маслова, 33% молодых людей считали, что хороши любые доходы, 20% считали, что взятка – это нормальный способ зарабатывания денег, а 10% даже были готовы пойти на грабеж [5].

В условиях современного информационного общества и глобальной экономики наблюдаются существенные изменения представлений о социальной ответственности личности. Это связано, с одной стороны, с определенной трансформацией современной общественной и личной морали и девальвацией высших ценностей духовной культуры человека в целом (формирование психологии потребления, усиление проявлений гедонизма, прагматизма, эгоизма и т.д.), с другой - с объективным возрастанием роли самой социальной ответственности в сохранении целостности человеческой личности в условиях возрастающих техногенных, экологических, экономических, социальных и иных рисков и угроз. Фактически в настоящее время складывается новая идеология, в рамках которой феномен социальной ответственности рассматривается как: социальная ответственность бизнеса (Г.Б. Козырева, СВ. Туркин); социальная ответственность государства в виде социальных гарантий (Т.В. Гришина, В.

Швейцер); корпоративная социальная ответственность (И.Ю. Беляева, Н.А. Кричевский, СЕ. Литовченко, М.А. Эскиндаров) и другие.

На современном этапе социальная ответственность становится тем качеством личности, которое в своем интегрированном проявлении определяет, по мнению Е.А. Ямбурга, главную образовательную и воспитательную задачу на ближайшую и отдаленную перспективу, а именно - координированный рост свободы и ответственности личности. Только свободный, творческий человек способен остановить подступающий хаос, не искушаясь простыми окончательными решениями, чреватými срывами в тоталитаризм [9].

Говоря о становлении личной социальной ответственности предпринимателя, следует рассмотреть модель социальной ответственности в бизнесе и ее взаимосвязь с уровнями личной социальной ответственности. В экономике разработаны различные модели, описывающие социальную ответственность бизнеса. Рассмотрение сущности социальной ответственности бизнеса опирается на одну из трех теорий: корпоративного эгоизма, корпоративного альтруизма и разумного эгоизма. Стоит отметить, что помимо теорий, существует еще и другая важная составляющая, необходимая для понимания социальной ответственности бизнеса – это представления людей, т.е. отражение в сознании образа социально-ответственной компании.

По мнению российских экспертов, целью любого бизнеса является, прежде всего, зарабатывание денег, прибыль и обязательства компании, прежде всего, перед акционерами или соучредителями. И только в том случае, если выполнены эти обязательства, возникает ответственность перед обществом. Многие российские корпорации уже начали постепенно внедрять принципы социальной ответственности в свою производственно-хозяйственную деятельность. Однако, чаще всего, они используют их исключительно в своих личных интересах, а не в интересах общества. Социальная ответственность российских предприятий чаще всего формализована. В то же время имеется уже немало компаний, которые осознали эффективность системной социальной политики. Важно отметить еще и то, что на Западе к социальной ответственности относят те действия, которые бизнес совершает добровольно, помимо и сверх законодательных требований. В России, говоря о социальной ответственности бизнеса, прежде всего подразумевают, что компания работает в правовом поле. Россия пока находится в начале пути: стратегии по корпоративной социальной ответственности существуют только у крупных компаний.

Существует ряд исследований, описывающих и сопоставляющих модели личной и корпоративной социальной ответственности. Так, Roland Benabout и Jean Tirole [11] выделяют мотивы личной социальной ответственности: внутренний альтруизм (основанный на внутренних ценностях);

благотворительность как форма налога (поведение, обусловленное внешними мотивами); самооценка, как внутренний регулятор социально-ответственного поведения (как мы выглядим в глазах других, и, что не менее важно, в собственных глазах). Авторы приводят ряд подтверждающих фактов и результатов исследований, согласно которым, например, социальное впечатление играет часто большую роль и люди гораздо охотнее жертвуют деньги, если за этот поступок получают памятный знак или их имя становится известно. Американцы предпочитают жертвовать на известные университеты, но не на средние школы. Заботясь о сохранении окружающей среды, люди предпочитают покупать гибридные автомобили и устанавливать солнечные батареи, а не пересаживаться на велосипед и утеплять дом с помощью теплоизоляции или установки энергосберегающей печи. Часто важен именно внешний эффект, который может быть произведен на окружающих. Что касается вопроса о корпоративной социальной ответственности (КСО), то авторы выделяют три понимания КСО: социальная ответственность как долгосрочная перспектива увеличения прибыли (выигрыш-выигрыш); делегируемая филантропия (компания как канал для выражения ценностей граждан, ответ на спрос в отношении экологически чистых продуктов и т.д.); просто благотворительность без увеличения прибыли (инициируется владельцами компании, демонстрирующими филантропическое поведение). Прибыль корпорации часто связывают с социально-ответственным поведением, однако исследования Margolis et al. (2007) [14], Orlitzky et al. (2008) [16] и других авторов говорят об отсутствии такой корреляции. Также R. Venabout и J. Tirole указывают на то, что в действительности существует смесь трех видов КСО, то есть, не существует компаний, практикующих только один вид КСО. При этом авторы указывают, что из трех видов КСО только два вида, а именно, «канал для выражения ценностей» и «внутренне инициированная филантропия» связаны с личной социальной ответственностью.

Переходя к вопросу об особенностях личной социальной ответственности, следует отметить, что существует множество подходов в определении ее видов и уровней. Так, Л.А. Барановская [1] выделила следующие уровни социальной ответственности:

- безответственный
- утилитарно-прагматический (выгодно-невыгодно)
- нормативно-функциональный (хорошо-плохо)
- созидательно-альтруистический (совесть)

Белов А.В. описывает механизм реализации личной социальной ответственности. Личная социальная ответственность осуществляется на

различных уровнях. Субъектный уровень социально-ответственного поведения определяется мотивационно-целевой сферой. Личностный (психологический) уровень социально-ответственного поведения представлен аффективно-волевой сферой и иерархией личностных смыслов. Третьим уровнем механизма реализации социальной ответственности является практический, непосредственным проявлением которого выступают поступки и реальные достижения [2].

Некоторые авторы исследовали особенности альтруистических мотивов. Так, Magne Supphelln и Michelle R. Nelson провели эксперимент, демонстрирующий различные виды филантропических решений. Были выделены три группы людей, имеющие различные основания при принятии решения о пожертвовании: «аналитики» (оценивают все детали, ищут дополнительную информацию), «ищущие связь» (пытаются установить связь, смотрят на название организации и т.п.), «интерналы» (основываются на внутренних убеждениях, никак это не объясняя) [17].

В исследовании Stefano DellaVigna et al. (2009) было показано, что филантропическое поведение имеет два ведущих мотива: собственно альтруизм и благотворительность как результат социального давления и неумения сказать «нет» [13].

Существуют также работы, исследующие возможности и способы формирования личной социальной ответственности в студенческом возрасте. В исследовании Барановской Л.А. [1] показано, что формирование социальной ответственности студента осуществляется через:

- насыщение социокультурного образовательного пространства вуза аксиологическими смыслами социально ответственного отношения студента к учебно-профессиональной деятельности;
- разработку и реализацию механизма ответственной зависимости в учебно-воспитательном процессе;
- организационно-педагогическое сопровождение участия студентов в культурных практиках.

При всем многообразии подходов к изучению проблемы личной социальной ответственности можно отметить не достаточную разработанность психологического инструментария для измерения и определения видов личной социальной ответственности.

Основной задачей нашего исследования стала разработка методики, выявляющей особенности личной социальной ответственности и иллюстрирующей теоретическую модель личной социальной ответственности.

Разработка опросника личной социальной ответственности состояла из нескольких этапов. Вначале был разработан психологический конструкт на

основании теоретического анализа форм личной социальной ответственности, а также ряда наших предыдущих исследований социальной ответственности личности и корпоративной социальной ответственности. Затем были сформулированы пункты опросника, после чего состоялась его апробация на пилотажной выборке и последующая статистическая обработка. После чего исследовалась валидность и достоверность результатов. Пункты, не удовлетворяющие этим критериям, были отсеяны. Показатели достоверности были пересчитаны для сокращенных шкал, которые состояли только из валидных пунктов. Были определены нормы и разработано руководство к опроснику.

Общее количество респондентов составило 246 человек в возрасте от 17 до 30 лет.

Статистическая обработка данных осуществлялась с помощью программного пакета «SPSS Statistics 17.0».

Прежде чем рассмотреть результаты разработки опросника личной социально ответственности, остановимся на том, каковы могут быть причины социально ответственного поведения. Два основных мотива, которые выделяются многими авторами, это внутренний и внешний. Внутренний мотив основан на таких понятиях как совесть, высшие ценности, осмысленность существования, бескорыстная помощь. Внешний мотив рассматривается как имеющий некоторые выгодные последствия для субъекта (например, повышение самооценки, материальное и нематериальное поощрение, социальное одобрение и т.д.). Однако в ходе разработки методики нами были выявлены особенности отношения к социально-ответственному поведению. Так, некоторые испытуемые не видят особого смысла в социальной ответственности не потому, что не хотят помогать другим людям, а потому что считают такое поведение бесполезным, не способным повлиять на ситуацию в обществе. На наш взгляд, данный факт необходимо учитывать при построении методики, оценивающей личную социальную ответственность и дальнейшей модели ЛСО.

В опросник первоначально вошли 36 пунктов, которые были сгруппированы в четыре шкалы, отражающие различные аспекты социальной ответственности. Данная группировка производилась путем экспертной оценки, а также с помощью факторного анализа. После проведения пилотажного исследования нами была произведена процедура проверки на внутреннюю согласованность пунктов каждой шкалы. В результате окончательный вариант опросника включает 34 утверждения, четыре шкалы: 1 шкала «Экстернальная социальная ответственность» (α Кронбаха = 0,7); 2 шкала «Интернальная социальная ответственность» (α Кронбаха = 0,6); 3 шкала «Прагматическая

социальная ответственность» (α Кронбаха = 0,7); 4 шкала «Дистантная социальная ответственности» (α Кронбаха = 0,7).

Для опросника были разработаны нормы и составлено описание.

Интерпретация шкал:

«Экстернальная социальная ответственность» - личная социальная ответственность, основанная на внешних факторах, которые способствуют повышению самооценки, формированию позитивного имиджа в глазах окружающих. Для человека важно, чтобы его добрые дела и поступки были положительно оценены другими людьми. Общественное одобрение создает ощущение принадлежности к социальной группе, вовлеченности в социальные процессы.

«Интернальная социальная ответственность» - личная социальная ответственность, основанная на чувстве долга и моральных обязательствах. Для человека важно действовать в соответствии с тем, что подсказывает совесть. При этом не имеет значения, будут ли внешние наблюдатели, оценивающие социально-ответственный поступок. Подобное поведение придает осмысленность существованию.

«Прагматическая социальная ответственность» - личная социальная ответственность, основанная на получении выгоды в результате социально-ответственного поведения. Прямое вознаграждение в форме снижения налогов, получения той или иной формы прибыли является фактором, стимулирующим социально-ответственное поведение.

«Дистантная социальная ответственность» - социально-ответственное поведение не является важным и нужным. Проявление социальной ответственности рассматривается как бесполезное вследствие того, что оно не способно влиять на благополучие общества в целом. Неверие в возможность честной и полноценной реализации социально-ответственных программ в обществе.

Рассмотрим результаты, полученные с применением опросника «Личная социальная ответственность». В таблице 1 приведена описательная статистика для каждой шкалы.

Таблица 1. Описательная статистика пунктов опросника «Личная социальная ответственность»

	Минимум	Максимум	Среднее	Стд. откл.
Экстернальная социальная ответственность	13,00	43,00	30,9098	5,90700
Интернальная социальная ответственность	26,00	51,00	43,2213	4,45086
Прагматическая социальная ответственность	6,00	29,00	19,0738	4,63399
Дистантная социальная ответственность	9,00	40,00	21,1148	5,95603

Вследствие того, что шкалы содержат разное количество пунктов, испытуемые могли набрать от 10 до 50 баллов по шкале «Экстернальная социальная ответственность», от 11 до 55 баллов по шкале «Интернальная социальная ответственность», от 6 до 30 баллов по шкале «Прагматическая социальная ответственность» и от 9 до 45 баллов по шкале «Дистантная социальная ответственность». Однако реальные результаты расположились в следующих интервалах. По шкале «Экстернальная социальная ответственность» от 13 до 43, среднее значение 31. По шкале «Интернальная социальная ответственность» от 26 до 51, среднее значение 43. «Прагматическая социальная ответственность» от 6 до 29, среднее 19. «Дистантная социальная ответственность» от 9 до 40, среднее 21.

Для выделения норм использовались два показателя: среднее арифметическое (m) и стандартное отклонение (σ). Были определены высокий уровень ($m + \sigma$ и выше), средний уровень (от $m + \sigma$ до $m - \sigma$) и низкий уровень ($m - \sigma$ и ниже) значений по шкалам. В таблице 2 представлены результаты расчета норм по опроснику.

Таблица 2. Нормы по опроснику «Личная социальная ответственность» (в баллах)

	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Экстернальная социальная ответственность	0-24	25-37	38 и выше
Интернальная социальная ответственность	0-38	39-48	49 и выше
Прагматическая социальная ответственность	0-14	15-24	25 и выше
Дистантная социальная ответственность	0-14	15-27	28 и выше

По результатам мы разделили всех испытуемых на три подгруппы с высокими ($m + \sigma$ и выше), средним (от $m + \sigma$ до $m - \sigma$) и низким ($m - \sigma$ и ниже) значениями по шкалам, что представлено в таблице 3.

Таблица 3. Соотношение лиц с низким, средним и высоким уровнем значений личной социальной ответственности (%)

	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Экстернальная социальная ответственность	11,5	74,6	13,9
Интернальная социальная ответственность	15,6	73,7	10,7
Прагматическая социальная ответственность	18,9	69,7	11,4
Дистантная социальная ответственность	9,8	75,4	14,8

На рисунке 1 наглядно представлены результаты опросника, показывающие соотношение лиц с низким, средним и высоким уровнем значений личной социальной ответственности.

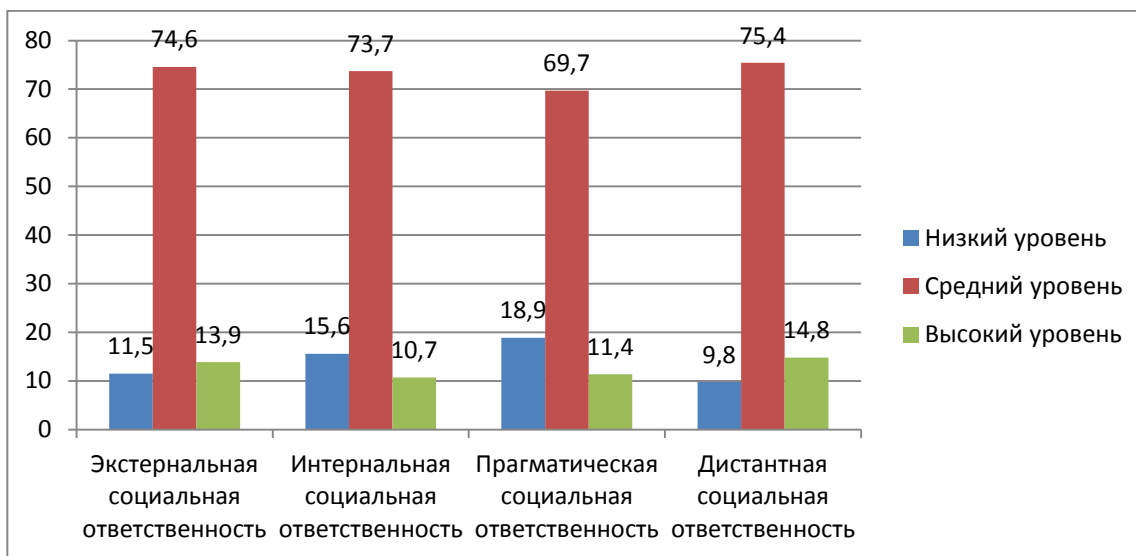


Рисунок 1. Соотношение лиц с высоким, средним и низким уровнем значений по шкалам опросника «Личная социальная ответственность»

Затем была проведена оценка значимости различий в результатах по гендерному признаку. Проверка на нормальность распределения с использованием критерия Колмогорова-Смирнова, результаты которой представлены в таблице 4, показала, что распределение показателей по шкалам при разделении выборки на две части (мужчины и женщины) значимо не отличается от нормального, следовательно для дальнейшей статистической обработки результатов можно использовать параметрические критерии.

Таблица 4. Проверка на нормальность распределения результатов опросника «Личная социальная ответственность» с использованием одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова

	Женщины				Мужчины				
	Экст. СО	Инт. СО	Прагм. СО	Конф. СО	Экст. СО	Инт. СО	Прагм. СО	Конф. СО	
N	77	77	77	77	70	70	70	70	
Нормальные параметры	Среднее	31,077	44,24	19,44	20,337	30,622	41,46	18,44	22,444
	Стд. откл.	5,2609	3,620	4,222	5,4256	6,9291	5,181	5,255	6,6214
Статистика Z		,624	,812	,978	1,072	,768	,797	,687	,701
Колмогорова-Смирнова		,831	,524	,294	,200	,597	,549	,733	,709
Асимпт. знч. (двухсторонняя)									

Для оценки значимости различий по шкалам личной социальной ответственности у мужчин и женщин был использован критерий Стьюдента (Т-критерий парных выборок). Результаты исследования значимых различий по гендерному признаку представлены в таблице 5.

Таблица 5. Выявление значимости гендерных различий по опроснику «Личная социальная ответственность»

	Парные разности					t	Значимость (2-сторонняя)
				95% доверительный интервал разности средних			
	Среднее	Стд. отклонение	Стд. ошибка среднего	Нижн. граница	Верхн. граница		
Экстернальная социальная ответственность	,91111	9,02980	1,34608	-1,802	3,6239	,677	,502
Интернальная социальная ответственность	3,6000	6,11407	,91143	1,7631	5,4368	3,950	,000
Прагматическая социальная ответственность	2,0222	7,05977	1,05241	-,0988	4,1432	1,922	,061
Дистантная социальная ответственность	-3,1777	7,86329	1,17219	-5,540	-,81538	-2,711	,010

Как видно из таблицы 5, у женщин значимо выше интернальная социальная ответственность ($t=3,95$; $p \leq 0,01$), у мужчин значимо выше дистантная социальная ответственность ($t=-2,71$; $p \leq 0,01$).

В связи с выявлением значимых различий в показателях по шкалам личной социальной ответственности, был произведен пересчет норм опросника для мужчин и женщин. Результаты определения норм по опроснику для мужчин представлены в таблице 6.

Таблица 6. Нормы по опроснику «Личная социальная ответственность» для мужчин (в баллах)

	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Экстернальная социальная ответственность	0-23	24-38	39 и выше
Интернальная социальная ответственность	0-35	36-47	48 и выше
Прагматическая социальная ответственность	0-12	13-24	25 и выше
Дистантная социальная ответственность	0-15	16-29	30 и выше

Результаты определения норм по опроснику для мужчин представлены в таблице 7.

Таблица 7. Нормы по опроснику «Личная социальная ответственность» для женщин (в баллах)

	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Экстернальная социальная ответственность	0-25	26-36	37 и выше
Интернальная социальная ответственность	0-40	41-48	49 и выше
Прагматическая социальная ответственность	0-14	15-24	25 и выше
Дистантная социальная ответственность	0-14	15-26	27 и выше

Было также исследовано распределение высоких, средних и низких значений по шкалам опросника для мужчин и женщин, что отражено в таблице 8.

Таблица 8. Соотношение мужчин и женщин с низким, средним и высоким уровнем значений по шкалам личной социальной ответственности (%)

	Низкий уровень		Средний уровень		Высокий уровень	
	муж	жен	муж	жен	муж	жен
Экстернальная социальная ответственность	17,8	11,7	71,1	71,4	11,1	16,9
Интернальная социальная ответственность	11,1	14,3	80	71,4	8,9	14,3
Прагматическая социальная ответственность	8,9	14,3	75,5	76,6	15,6	9,1
Дистантная социальная ответственность	11,1	9,1	71,1	76,6	17,8	14,3

Приведенная ниже гистограмма на рисунке 2 показывает соотношение мужчин и женщин с низким, средним и высоким уровнем значений по шкалам личной социальной ответственности.

Таким образом, мы можем наблюдать различия у мужчин и женщин в уровнях различных видов личной социальной ответственности. Следует отметить, что в данном исследовании участвовали молодые люди в возрасте от 17 до 30 лет, что также является фактором, влияющим на показатели норм по опроснику личной социальной ответственности. Требуется дальнейшее увеличение выборки и уточнение норм.

По результатам проведения опросника личной социальной ответственности, можно говорить о существовании различных видов личной социальной ответственности и гендерных различиях в степени их выраженности. На основе полученных данных мы можем говорить о четырех видах личной социальной ответственности: экстернальная социальная ответственность (основана на внешних факторах, которые способствуют

повышению самооценки, формированию позитивного имиджа в глазах окружающих); интернальная социальная ответственность (основана на чувстве долга и моральных обязательствах); прагматическая социальная ответственность (основана на получении выгоды в результате социально-ответственного поведения); дистантная социальная ответственность (неверие в возможность честной и полноценной реализации социально-ответственных программ в обществе). Данная модель согласуется с позицией многих авторов, выделяющих внутренний и внешний мотив личной социальной ответственности. Однако полученные нами результаты позволили конкретизировать виды социальной ответственности, основанной на внешних мотивах, вследствие чего мы предлагаем различать «экстернальную» и «прагматическую» социальную ответственность. Также нами был выявлен особый фактор, влияющий на социально-ответственное поведение личности, а именно «дистантная социальная ответственность», который также является важным при построении модели личной социальной ответственности.

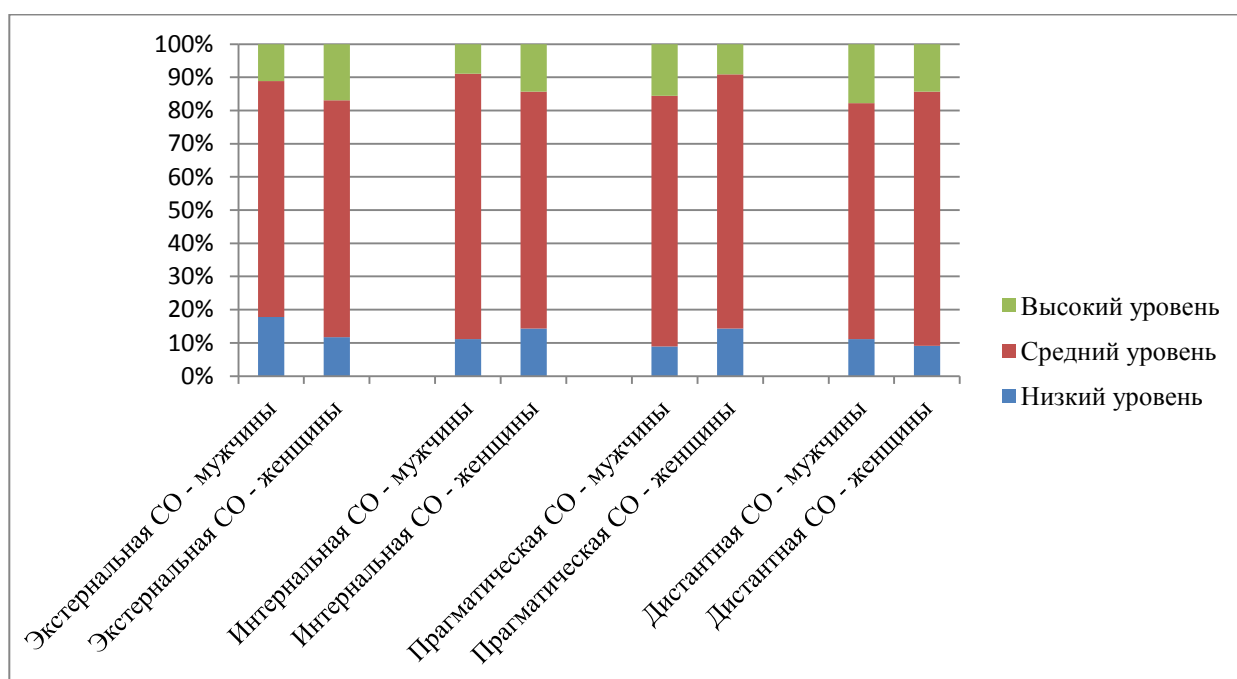


Рисунок 2. Соотношение мужчин и женщин с низким, средним и высоким уровнем значений по шкалам личной социальной ответственности

Таким образом, теоретическая модель личной социальной ответственности представляет собой четыре шкалы: «Экстернальная социальная ответственность», «Интернальная социальная ответственность», «Прагматическая социальная ответственность», «Дистантная социальная ответственность». Сочетание показателей по шкалам позволяет определить индивидуальное своеобразие социальной ответственности личности. Определить

причины не достаточно полноценной реализации человека в отношении социальной ответственности.

Что касается результатов разработанного опросника личной социальной ответственности, то большинство респондентов имеют средние показатели по всем видам личной социальной ответственности, однако женщины при принятии решений, связанных с проявлением социальной ответственности, больше ориентированы на чувство долга и моральные обязательства. Для них важно действовать в соответствии с тем, что подсказывает совесть. При этом не имеет значения, будут ли внешние наблюдатели, оценивающие социально-ответственный поступок. Для мужчин более характерным является рассмотрение социально ответственного поведения как бесполезного вследствие того, что оно не способно влиять на благополучие общества в целом. Наблюдается неверие в возможность честной и полноценной реализации социально-ответственных программ в обществе.

Литература

1. Барановская Л. А. Формирование социальной ответственности студента в социокультурном образовательном пространстве: диссертация ... доктора педагогических наук - Чита, 2012.
2. Белов А. В. Социальная ответственность: содержание и механизм реализации: автореф. дисс. ... канд. филосф. наук – Волгоград, 2011.
3. Глушач Н. Н. Индивидуально-психологические особенности предпринимателей: автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М, 1998.
4. Коробанова Ж. В., Мужичкова Ю.Е. Представления о личностных особенностях российских бизнесменов // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2013. №3. С. 48– 55.
5. Маслов В.И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры. – М.: Финпресс, 2004, с. 211.
6. Мужичкова Ю.Е. Взаимосвязь представлений о социальной ответственности бизнеса и ценностных ориентациях личности// Психологія економічного самовизначення особи і спільноти: матеріали I Міжнародного науково-практичного семінару. Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. С.92-95.
7. Степанова А. И. Особенности российского предпринимательства на современном этапе // Успехи современного естествознания, 2008. № 11. С. 44– 47.
8. Чирикова А. Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал, 1998. Т.19. №1. С. 62-74.
9. Ямбург Е.А. Школа на пути к свободе: культурно-историческая педагогика. М.: «ПЕР СЭ», 2000. - 351 с.

10. Aguilera, RV, Rupp, DE, Williams, CA and Ganapathi, J (2007) Putting the S back in Corporate Social Responsibility: a multilevel theory of social change in organization. *Academy of Management Review*, vol.32 n0.3, pp. 836-863.
11. Benabout, R. and Tirole, J. (2010) Individual and corporate social responsibility. *Economica*, 77. 1-19.
12. Blackman D., Kennedy M., Quazi A. Corporate social responsibility and individual resistance: learning as the missing link in implementation. *Management Learning*, DOI: 10.1177/1350507612444392 (May 2012), 1-16.
13. DellaVigna, S., List, J., and Malmendier, U. (2009) Testing for Altruism and Social Pressure in Charitable Giving, NBER working paper no. 15629.
14. Margolis, J. and Elfenbein, H. (2007). Do well by doing good? Don't count on it. *Harvard business Review*, Social Responsibility, Special Issue on HBS Centennial, 86 (1), 19.
15. Muzhichkova J.E. Corporate social responsibility and social responsibility of businessmen //Psycho-economic aspects of organizational activities. Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu . 2014. Pp. 29-35.
16. Orlitzky, M., Schmidt, F. And Rynes, S. (2003). Corporate social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies*, 24 (3), 403-41.
17. Supphelln, M. and Nelson, M. R. (2001) Developing, exploring, and validating a typology of private philanthropic decision making. *Journal of Economic Psychology*, 22, 573-603.

THE MODEL OF PERSONAL SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESSMEN

Muzhichkova J.E.

The paper analyzes the characteristics of personal characteristics of the entrepreneur in terms of possible manifestations of personal social responsibility. Various models of personal social responsibility were considered. Results of the development of psychodiagnostic methods of personal social responsibility were given. During the development of the methodology has been allocated 4 factors, is a model of personal social responsibility.

Key words: *personal social responsibility, corporate social responsibility, entrepreneurship, individual psychological characteristics.*

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОСТИ ЛИЧНОСТИ

Мужичкова Ю.Е., Жданова Д.М.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассматриваются подходы к определению инновационности личности и связанные с этим факторы, влияющие на отношение человека к инновациям. Выделяются различные социально-психологические, а также демографические факторы. В результате проведенного авторами исследования было показано, что инновационность личности является многоаспектной категорией и влияние факторов сказывается не на инновационности личности в целом, а на отношении и готовности к определенного типа инновациям.

Ключевые слова: инновационность, личность, социально-психологические факторы, ситуационность.

Особое значение в последнее время приобрела проблема инновационности личности. В современных условиях эффективной организацией считается та, которая способна к инновационному риску, руководство которой может принимать решения в условиях неопределенности. То есть, успешность принятия инновационных решений во многом определяется инновационностью личности, которая их принимает. В контексте социальной психологии проблема инноваций, отношения к инновациям остается актуальной и недостаточно разработанной.

Понятие «инновации» как экономической категории ввел в научный оборот И. Шумпетер и рассматривал инновацию как средство преодоления экономических кризисов. В социально-психологическом ракурсе инновации - это целенаправленное внедрение качественных изменений в большей или меньшей, но все же в значительно заметной степени преобразующих реальную социальную практику актуального взаимодействия и общения (М. Ю. Кондратьев, В. А. Ильин, 2007). Инновационному процессу присущи различные социально-психологические явления, которые оказывают либо стимулирующее, либо тормозящее влияние на его ход. Выделяют различные факторы, например, экономическое состояние предприятия, особенности конкретной среды производства, личностные качества, готовность к инновациям, психологические барьеры по отношению к нововведениям, пол, возраст и др. (В.Л. Аношкина, С.В. Резванов, 2001).

По мнению С.Р. Яголковского, инновационность личности предполагает способность субъекта воспринимать, осмысливать, модифицировать и внедрять новые оригинальные идеи[8]. Э. Хаген, представитель эволюционного направления в философии и психологии предлагает использовать термин

«инновационная личность» для определения личности, которая проходит формирование и распространяется в обществе при особых условиях, которые он называет «выходом за пределы статуса». Формирование инновационной личности, по словам Хагена, может происходить специально[7]. Инновационную личность характеризует любознательность, способность принимать на себя ответственность, творческое начало, стимулирующее самобытность и стремление к новизне.

Инновационная личность определяет процессы, происходящие в обществе, и является основой для построения инновационной экономики- экономики, в которой постоянно идет повышение производительности труда, совокупной факторной деятельности, ускорение темпов роста экономики[3].

К признакам инновационной экономики относят:

1. Положительное восприятие обществом новых идей и технологий, готовность к реализации новых знаний на практике.

2. Ускоренную автоматизацию и компьютеризацию отраслей производства и управления, т.е. создание IT- инфраструктуры.

3. Формирование инновационной инфраструктуры, призванной усиливать конкурентоспособность производства и реализовывать инновационный процесс, развитие сферы НИОКР.

4. Создание системы подготовки и переподготовки профессиональных кадров, способствующих восстановлению и развитию отечественного производства и регионов страны [1].

Таким образом для того чтобы заработала инновационная экономика, требуется акцентировать внимание на творческие способности человека, его креативности. Под творчеством понимают процесс зарождения новаторской идеи и создания нового продукта, новой ценности и новой стоимости [6]. Для творческой деятельности свойственны неповторимость, оригинальность, уникальность. Креативность, в свою очередь, понимается как творческая способность отдельных личностей, а также групп и коллективов людей, связанных общей экономической целью (*общим делом*), *генерировать новаторские, инновационные идеи и производить товары (работы либо услуги) нового назначения, новой ценности, нового качества и новой стоимости, открывать новые продуктивные и эффективные ниши экономической деятельности [6]. С экономической точки зрения, важна не оригинальность идеи, а ее новизна, возможность применения на практике и ориентированность на результат. Именно креативность определяют как решающий фактор инновационного процесса на стадии генерирования идей [2].*

Формирование инновационной культуры связано, как было отмечено, с развитием творческих способностей и реализацией креативного потенциала

самого человека, с обретением собственного Я и возможными изменениями ценностных приоритетов. Современный исследователь Б.Санто обращает внимание на субъективный характер зависимости инновационного процесса от человека, что позволяет ему сделать важный вывод: «именно человек привносит в инновационный процесс тот субъективный иррациональный компонент, который обуславливает необходимость принципиально иного подхода к инновационному процессу по сравнению с экономическими процессами» [4]. В связи с этим инновация становится одним из ключевых элементов культуры, общезначимой социальной ценностью, выходящей за пределы технической и экономической сфер.

Для выделения факторов, которые могут определять отношение личности к изменениям, особенно в условиях модернизации экономики, исключительное значение имеет социально-исторический контекст и морально-нравственные нормы. Чем более динамичны общесоциальные условия деятельности, тем больше они воздействуют на социокультурные факторы и приводят к расшатыванию традиционной установки в отношении восприятия окружающей среды и стимулированию инновативной компоненты этого отношения.

То есть, инновационность личности не может считаться базовым психологическим параметром (как, например, темперамент). Скорее всего инновационность выражается в определенном сочетании характерных черт. При этом, оценивая степень инновационности обязательно нужно учитывать *ситуационную компоненту*.

В ряде исследований авторы указывают на возраст как на один из значимых факторов, влияющих на инновационный процесс. Причем, возраст выступает как стимулирующий, так и как тормозящий фактор.

Многие ученые и психологи-практики отмечают, что у подростков отсутствует временная перспектива и только с юношеского возраста начинается расширение временного горизонта, то есть появляется ощущение будущего и оно становится основным измерением. Именно в юношеском возрасте меняется основная направленность личности, которая может быть связана с определением дальнейшего жизненного пути, выбором профессии. Направленность в будущее, выстраивание перспектив и планов «на жизнь» является «аффективным центром» в юношеском возрасте. В период молодости личности, обладающие определенной степенью силы, как правило избегают того, чтобы их жизнь приобрела искусственную стабильность. Молодые люди испытывают активное стремление к новизне, к переменам и достижениям. Вполне обоснованным можно считать стремление молодежи «переменить жизнь и многое перебороть», так как еще нечем рисковать и последующая долгая жизнь сможет расставить

все по своим местам. Многие молодые люди воспринимают жизнь как авантюру, жизнь сфокусирована на полагании на случай, везение.

Во взрослом возрасте происходит изменение чувства времени, оно приобретает новые характеристики. Будущее, которое казалось безграничным в юношеском возрасте и молодости, начинает приобретать границы. В промежутке 35 и 50 годами время начинает убыстрять свой ход, а прошлое начинает быть с каждым годом продолжительнее. Как результат, человек к пятидесяти годам менее активно стремится к серьезным изменениям в своей жизни.

В исследовании Е.Б. Антипиной была выявлена взаимосвязь возраста и готовности к инновациям палатных медсестер. Было установлено, что, чем больше возраст медсестры, тем в меньшей степени выражены готовность к инновациям и качества самоактуализирующейся личности (Антипина Е.Б., 2009).

В исследовании О.С. Советовой была показана тенденция зависимости разной силы обобщенной инновационной диспозиции от возраста. О.С. Советова установила, что консервативная обобщенная диспозиция наиболее выражена в группе 50-59-летних, умеренная - в группе после 60 лет. Инновационная диспозиция представлена полнее в группе 25-29-летних, радикально-инновационная - в группе 30-39-летних. Для консервативной и умеренной обобщенной диспозиции характерны стабильность и устойчивость в жизни, должная осмотрительность, сомнения в целесообразности смелых начинаний, в то время как инноваторам свойственны смелые и решительные действия, инноваторы уверены, что успешность нововведения в большей степени зависит от собственных усилий, нежели от внешних условий.

В нашем исследовании была предпринята попытка выделить набор характерных черт, определяющих инновационность личности. Для этого нами была разработана анкета, направленная на исследование отношения личности к различным инновациям, таким как: новый продукт, инновации на производстве, инновации в сфере сервиса, инновации в образовании, электронные деньги, инновации в сфере охраны окружающей среды. Помимо этого в анкете предлагались вопросы, выявляющие отношение к эффективности государственных проектов и программ в сфере инноваций. Для исследования была также использована методика личностного дифференциала (вариант, адаптированный в НИИ им. В.М.Бехтерева).

В качестве испытуемых выступили 50 человек (26 женщины и 24 мужчины), имеющие опыт работы в различных сферах и разное образование, возраст респондентов от 23 до 57 лет.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что существуют определенные взаимосвязи между чертами личности и отношением к инновационному процессу в различных его аспектах.

Чем выше активность, общительность, импульсивность человека, тем более позитивное отношение проявляет он к возможности Правительства увеличивать расходы на науку за счет повышения налогов ($r=0,455$; $p\leq 0,05$). Чем выше уровень самоуважения и удовлетворенности собой, тем менее положительно отношение испытуемых к введению инноваций на производстве ($r=-0,398$; $p\leq 0,05$). Чем выше степень уверенности в себе, независимости, склонности рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях, тем менее проявляется склонность использовать электронные деньги для оплаты товаров ($r=-0,388$; $p\leq 0,05$).

Помимо этого были выделены некоторые взаимосвязи между социально-демографическими характеристиками испытуемых и их отношением к инновациям. Чем моложе респондент, тем более высокая готовность к приобретению нового продукта ($r=0,543$; $p\leq 0,01$), оплачивать товары электронными деньгами ($r=0,483$; $p\leq 0,01$), доплачивать за сервис ($r=0,410$; $p\leq 0,05$), получать деньги с помощью займа ($r=0,533$; $p\leq 0,01$), положительное отношение к альтернативным источникам энергии ($r=0,453$; $p\leq 0,05$).

Чем выше уровень образования, тем наблюдается более низкий уровень доверия к эффективности государственных проектов в области инноваций ($r=-0,488$; $p\leq 0,01$).

Чем выше уровень доходов, тем более отрицательное отношение к возможности Правительства увеличивать расходы на науку за счет повышения налогов ($r=-0,493$; $p\leq 0,01$), введению инноваций на производстве ($r=-0,407$; $p\leq 0,05$), наблюдается меньшая склонность доплачивать за сервис ($r=-0,419$; $p\leq 0,05$) и недоверие к использованию электронного сервиса ($r=-0,464$; $p\leq 0,01$).

Можно сделать выводы о том, что на инновационность личности влияют социально-психологические и демографические факторы. При этом, инновационность личности является многоаспектной категорией и влияние факторов сказывается не на инновационности личности в целом, а на отношении и готовности к определенному типу инновациям. Так, склонность рассчитывать на собственные силы снижает готовность пользоваться электронными деньгами; активность и общительность определяет толерантное отношение к повышению налогов с целью вложения полученных средств в развитие науки; высокий уровень самоуважения способствует позитивному отношению к инновациям в производстве. Возраст, образование и уровень доходов также являются важными факторами инновационности личности.

Литература

1. Головань С.И. Национальная экономика: способность к инновациям.//Terra economicus. 2012. Том 10, №2, часть 2. С.21-23
2. Горелов Н.А., Кораблева О.Н. Знание и креативность- основные черты нового социума.// Российское предпринимательство. 2012. №2. С.64-71
3. Заркович А.В. К вопросу становления «новых экономик»: инновационная экономика.// Вопросы инновационной экономики. 2012. №3(13). С.3-12
4. Князев А.А. Инновация как социальная ценность.//Основы экономики, управления и права. 2012. №1(1). С. 23-25
5. Мужичкова Ю.Е. Субъективные факторы инновационного процесса // Психологические барьеры социально-экономических изменений в российском обществе: материалы научной интернет-конференции с международным участием 11-25 ноября 2013 года / Отв. ред. д. пс. н. А.Н. Лебедев. – Тула: ТулГУ, 2013
6. Ревуцкий Л.Д. Креативность экономически активного человека: понятие, показатели, оценка, учет и контроль// Экономические отношения. 2011. №1(1). С.3-9
7. Цветкова В.Д. Формирование инновационной культуры личности: философский аспект // Омский научный вестник. 2009. №1. С. 97-99
8. Яголковский С.Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы: научная монография. - М., 2010. - 264с.

SOCIAL-PSYCHOLOGICAL FACTORS OF PERSONS' INNOVATION

Muzhichkova Yu. E., Zhdanova D. M.

The article considers approaches to the definition of innovation and personality related factors affecting the person's attitude to innovation. Allocated different soitsalno psychological, and demographic factors. As a result of the authors of the study, it was shown that innovation is a multifaceted personality category and the influence of factors affecting not on innovative personality in general, and on the attitude and willingness to certain type of innovation.

Keywords: *innovation, personality, social and psychological factors, situational.*

ИССЛЕДОВАНИЕ КОПИНГ-СТРАТЕГИЙ РОДИТЕЛЕЙ ОБВИНЯЕМЫХ ПОДРОСТКОВ

Орлова Ю.Л.
МОСПИ

Автор полагает, что копинг - форма поведения, которая отражает способность и готовность индивида к решению жизненных проблем, направленная на адаптацию - приспособление к обстоятельствам и предполагающая формирование у него умения

применять адекватные и эффективные средства для преодоления кризисных ситуаций, эмоциональных стрессов и т.п. Автор подчеркивает, что ситуация обвинения подростка, подозреваемого в совершении преступления или реально совершившего его, является как для него самого, так и для всей семьи стрессовой, а, значит, важное теоретическое и прикладное значение приобретает вопрос об изучении особенностей выбора копинг-стратегий родителями в ситуации обвинения подростков.

Ключевые слова: копинг, совладание, несовершеннолетние правонарушители.

Изучение проблемы формирования стратегий поведения человека в разных стрессовых ситуациях в последнее время резко интенсифицировалось, что связано с нарастанием напряженности и конфликтности жизнедеятельности всего общества.

Важно отметить, что понимание совладания в зарубежной психологии опирается на существующие представления о психологических защитах как способах преодоления тревоги (Адлер А., 2011; Кляйн М., 2009; Райх В., 2000; Фрейд А., 1993; Фрейд З., 2012; Фромм Э., 2012; Хорни К., 2008; Юнг К.Г., 2010), на представления о совладании как способа адаптации (Меннингер К., 2000; Мёрфи Дж., 2009) и преодоления стресса (Лазарус А.Р., 2001; Folkman S., 1980). Кроме того, как зарубежными, так и отечественными авторами совладание рассматривается как способ разрешения жизненных трудностей и кризисных ситуаций (Бурлачук Л.Ф., 2007; Василюк Ф.Е., 1984; Магнуссон Д., 1982; Наенко Н.И., 1976; Нартова-Бочавер С.К., 1997; Стеббинс К., 1981; Шибутани Т., 1999).

Итак, копинг - форма поведения, которая отражает способность и готовность индивида к решению жизненных проблем, направленная на адаптацию - приспособление к обстоятельствам и предполагающая формирование у него умения применять адекватные и эффективные средства для преодоления кризисных ситуаций, эмоциональных стрессов и т.п. Копинг предполагает динамичные и вариативные поведенческие и когнитивные действия и стратегии, связанные со специфическими внешними или/и внутренними обстоятельствами, которые могут рассматриваться индивидом как напряжение, порой превышающее ресурсы и возможности человека справиться с этими обстоятельствами.

Важно, что при выборе человеком активных совладающих действий более вероятной становится возможность устранения стрессовых воздействий на личность. Развитие этого умения связано с целым рядом личностных характеристик – особенностями «Я-концепции», локализацией контроля, уровнем эмпатии, а также условиями среды (Аршавский В.В., Ротенберг В.С., 1976; Коржова Е.Ю., 2002; Либина А.В., Либин А.В., 1998; Неймарк М.С., 1972; Радченко А., 2002).

Л.И. Анцыферова считает, что процесс совладания может включать разные этапы, на которых субъект использует различные копинг-стратегии, варьируя или иногда даже совмещая их. При этом вряд ли можно выделить такие универсальные стратегии, которые были бы одинаково эффективными во всех стрессовых условиях. Человека необходимо готовить к борьбе с жизненными трудностями и учить преодолевать их, но только он сам может решить, какими приемами совладания следует пользоваться в каждой конкретной ситуации, с учетом своих предпочтений, присущих только данному субъекту черт и характеристик, собственного жизненного опыта, субъективной значимости тех или иных событий и др.

Несомненно, ситуация обвинения подростка, подозреваемого в совершении преступления или реально совершившего его, является как для него самого, так и для всей семьи стрессовой, а, значит, важное теоретическое и прикладное значение приобретает вопрос об изучении особенностей выбора копинг-стратегий родителями в ситуации обвинения подростков, что и составило предмет проведенного нами исследования.

Для первой серии эмпирических исследований были сформированы четыре исследовательские группы: первую экспериментальную группу составили 62 семьи, воспитывающие подростка-правонарушителя, имеющего нарушения в интеллекте; вторую экспериментальную группу – 34 семьи подростков-правонарушителей, у которых, по данным их личных дел, отсутствуют отклонения от норм психического развития. Были сформированы также две соответствующие контрольные группы: первую контрольную группу составили семьи с подростком, имеющим интеллектуальные нарушения, но не отличающимся своим девиантным поведением, и, соответственно, во вторую контрольную группу вошли семьи, воспитывающие подростков того же пола и возраста, что и во второй экспериментальной группе, но отличающиеся, по данным психологов и педагогов, своим нормативным и адаптивным поведением.

Первая серия эмпирического исследования была ориентирована на выявление особенностей способов совладающего поведения родителей в трудных ситуациях в целом и определения ресурсов их личности. С этой целью была использована методика определения индивидуальных копинг-стратегий Э.Хайма. Э.Хайм выделил когнитивный (игнорирование, смирение, диссимиляция, сохранение самообладания, проблемный анализ, относительность, религиозность, растерянность, придача смысла, установка собственной ценности), эмоциональный (протест, эмоциональная разрядка, подавление эмоций, оптимизм, пассивная кооперация, покорность, самообвинение, агрессивность) и поведенческий (отвлечение, альтруизм,

активное избегание, компенсация, конструктивная активность, отступление, сотрудничество, обращение) копинг-стратегии [2].

Помимо этого, виды копинг-стратегии были распределены Э. Хаймом по степени их адаптивных возможностей на три основные группы: адаптивные, относительно адаптивные и неадаптивные.

К адаптивным возможностям относятся: из когнитивного копинга - проблемный анализ, установка собственной ценности, сохранение самообладания; из эмоциональных позиций - протест, оптимизм; из поведенческих паттернов - сотрудничество, обращение, альтруизм.

В блок неадаптивных возможностей вошли следующие: из когнитивных - смирение, растерянность, диссимуляция, игнорирование; из эмоциональных позиций - подавление эмоций, покорность, самообвинение, агрессивность; из поведенческих паттернов - активное избегание, отступление.

В блок относительно адаптивных вариантов совладания вошли те виды копинга, конструктивность которых зависит от значимости и выраженности ситуации преодоления, то есть относительность, придача смысла, религиозность; из эмоциональных позиций - эмоциональная разрядка, пассивная кооперация; из поведенческих паттернов - компенсация, отвлечение, конструктивная активность.

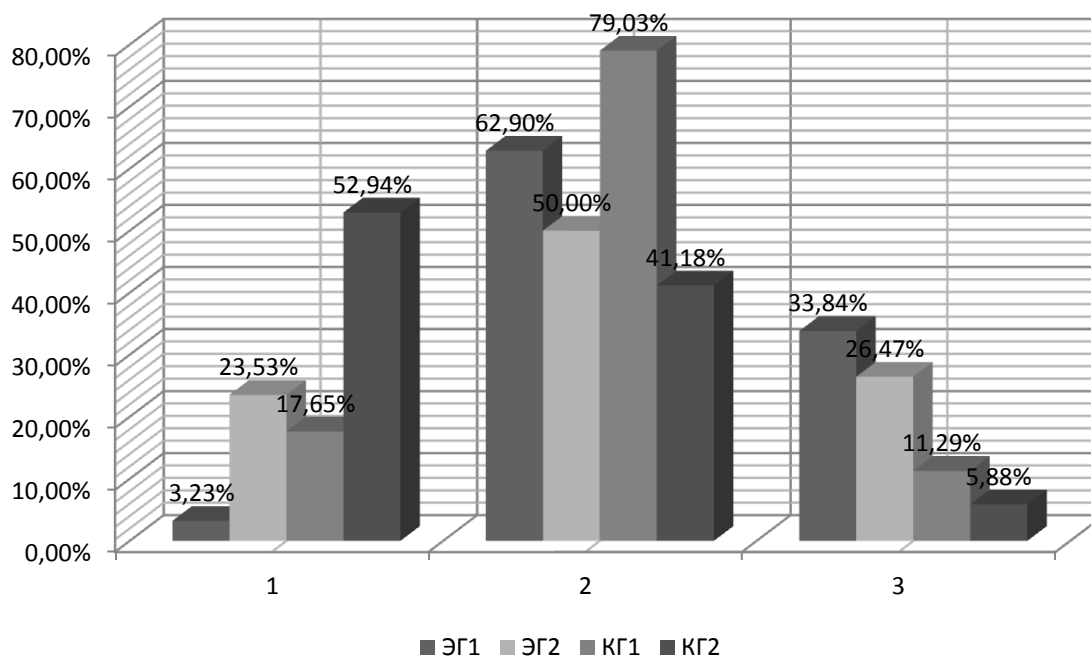
В результате сравнительного анализа показателей когнитивных копинг-стратегий было выявлено, что достоверно значимые различия были получены между первой экспериментальной и первой контрольной группами, так же, как и между второй экспериментальной и второй контрольными группами испытуемых.

Обращает на себя внимание тот факт, что по показателям когнитивного копинга были зафиксированы достоверно значимые различия во всех исследовательских группах. В показателях эмоционального копинга различия были достаточно высоки между первой экспериментальной группой и первой контрольной группой ($\chi^2=98,76$, $p < 0,01$).

В результате проведенного исследования были выявлены ресурсы семей, участвующих в исследовании (рис. 1).

Результаты проведения исследования позволяют говорить о целесообразности и важности разработки специальных программ, ориентированных на формирование адаптивных копинг-стратегий родителей обвиняемых подростков.

Вторая серия эмпирических исследований была нацелена на выявление особенностей выбора родителями копинг-стратегий в ситуации обвинения их детей. С этой целью была разработана и апробирована авторская методика, представляющая собой модифицированный вариант методики Р. Лазаруса и С. Фолкмана.



Условные обозначения: 1 – адаптивный копинг; 2 – относительно алаптивный; 3 – неадаптивный способ совладания со стрессом

Рисунок 1. Процентные распределения родителей всех исследовательских групп по типам копинг-стратегий в трудных ситуациях

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что матери обвиняемых подростков с интеллектуальными нарушениями чаще, чем их отцы, выбирают конфронтативный копинг. 40,32% обследованных матерей, составивших первую экспериментальную группу, характеризуются таким способом совладания со стрессом, вызванным обвинением их ребенка, как конфронтация. Они стремятся своими агрессивными действиями изменить создавшуюся ситуацию, идут на конфликт, ищут виноватых, перекладывая ответственность за совершенное правонарушение ребенка с особенностями в развитии на других лиц: учителей, супруга, бабушку, сверстников.

Большинство же отцов первой экспериментальной группы выбрали в стрессовой ситуации, связанной с обвинением их детей в совершении преступления, такой копинг, как дистанцирование. 30,65% мужчин первой экспериментальной группы стремятся с помощью когнитивных усилий дистанцироваться от возникшей проблемы, сделать ее менее значимой для себя. В такой ситуации ненормативный кризис семьи, связанный с обвинением особого ребенка, может стать источником возникновения достаточно серьезной психотравмирующей ситуации, патологизирующей психические состояния как членов семьи, так и подростка-правонарушителя, что может стать одним из доминирующих факторов рецидивов правонарушений и преступлений обвиняемого подростка.

Обращает на себя внимание тот факт, что, несмотря на влияние пола и связанных с ним гендерных стереотипов, равное количество и матерей, и отцов подростков с интеллектуальными нарушениями, обвиняемых в совершении преступлений, выбрали такой копинг, как поиск социальной поддержки. 12,90% матерей и такой же процент отцов, составивших первую экспериментальную группу, ищут социальной поддержки, посвящают себя и свою жизнь поиску нужной информации, способной облегчить обострившееся и обусловленное длительным стрессом, связанным с рождением и воспитанием ребенка с интеллектуальными нарушениями, в сочетании с внезапным и мучительным состоянием, вызванным ситуацией обвинения их ребенка, психическое напряжение. Успокоиться, отвлечься, найти поддержку, испытать чувство защищенности, комфорта как физического, так и психологического, характерно для этой подгруппы родителей. Однако поиск социальной поддержки при переживании диадического семейного стресса может создать дополнительную стрессовую ситуацию в семье, связанную с супружескими ревностью и изменами.

В связи с вышеизложенным, следует различать адаптивные копинг-реакции и неадаптивные. К адаптивным в этом случае можно отнести такие копинги, как «Самоконтроль», «Принятие ответственности», «Планирование» и «Положительная переоценка».

Такой способ совладания со стрессом, как «положительная переоценка», предполагающая восприятие стрессовой ситуации в качестве возможности измениться, признать свои собственные ошибки, а значит, быть готовы поддержать своих детей, не допустить повторения совершения ими преступлений, по данным нашего исследования, характерно только для 3,23% матерей, составивших первую экспериментальную группу.

Необходимо отметить также, что такой способ совладания со стрессом, как «принятие на себя ответственности», предполагающее признание своей роли в возникновении ситуации и не перекладывание ответственности на других, характерно в большей степени для матерей подростков-правонарушителей с интеллектуальными нарушениями (16,13%), чем для их отцов. При этом такой копинг, как планирование, когда выстраивается план действия и рассчитываются дальнейшие шаги для не только преодоления стресса, но и для конструктивного выхода из создавшейся ситуации, все-таки в большей степени преобладают у отцов (11,29%), чем у матерей (1,61%) обвиняемых подростков, имеющих нарушения в интеллекте.

Во второй экспериментальной группе наблюдается несколько иная картина. Большинство отцов делинквентных подростков в ситуации обвинения ребенка выбирают такой копинг, как «бегство-избегание». 52,84%

обследованных отцов и 58,82% обследованных матерей второй экспериментальной группы в ситуации обвинения их ребенка в совершении преступления предпочитают избежать возникшую проблему, огородить себя от нее, от самообвинения и принятия на себя ответственности за случившееся. Они пытаются преодолеть переживания возникшей ситуации за счет реагирования по типу уклонения: отрицания проблемы, фантазирования, неоправданных ожиданий, отвлечения. Пассивность, нетерпение, вспышки раздражительности, употребление алкоголя с целью снижения переживаний – все это характерно для поведения родителей делинквентных подростков, как отцов, так и матерей.

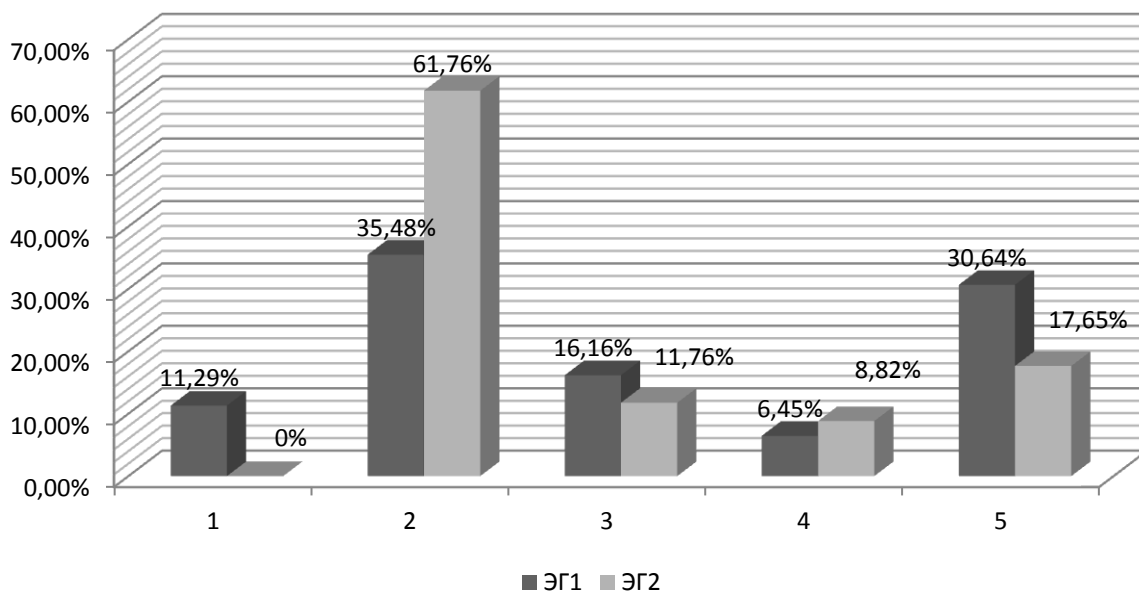
Принятие же на себя ответственности, предполагающее признание субъективной роли в возникновении проблемы и ответственности за ее решение, характерно только для 5,88% как отцов, так и матерей. Попав в стрессовую ситуацию, связанную с обвинением их ребенка, они стремятся найти зависимость между собственными действиями, их родительской позиции с последствиями, проявляют готовность анализировать и переосмысливать свое родительское отношение, искать причины произошедшего в собственных ошибках. Однако здесь необходимо отметить, что среди матерей, выбравших данный копинг, зафиксировано максимальное количество баллов по данной шкале, что свидетельствует о мучительном их самообвинении и самокритике.

Результаты сравнительного анализа процентного распределения родителей первой и второй экспериментальных групп по адаптивным и неадаптивным копинг-стратегиям в ситуации обвинения их родителей свидетельствуют об отсутствии достоверно значимых различий ($\chi^2 = 14,86, p > 0,05$).

В связи с тем, что семейно-обусловленные факторы играют одну из решающих ролей в повторении рецидивов преступлений несовершеннолетних, следующим этапом нашего исследования стало изучение особенностей диадических копинг-стратегий родителей в ситуации обвинения их детей. При этом мы использовали типологию диадических супружеских копинг-стратегий, разработанную и обоснованную Т.И. Бонкало. Автор выделяет пять основных видов диадических копингов: идентичный продуктивный, когда супруги выбирают одни и те же адаптивные копинг-реакции; идентичный непродуктивный – это идентичные неадаптивные способы совладания со стрессом; конгруэнтный, или согласованный; комплементарный, или взаимодополняющий, и неколониарный, или несовместимый копинг, когда супруги в одной и той же стрессовой ситуации прибегают к взаимоисключающим способам совладания со стрессом, что, как правило, по результатам исследований Т.И. Бонкало, приводит к возникновению дополнительных стрессогенных ситуаций, усиливающих психическое напряжение в супружеской паре [1].

Результаты такого исследования свидетельствуют о том, что в ситуации диадического стресса, вызванного совершением подростками правонарушений и преступлений, родители как первой, так и второй экспериментальной групп выбирают идентичный непродуктивный диадический копинг.

Процентное распределение семей по типу диадического копинг-поведения представлены на рисунке 2.



Условные обозначения: 1 – идентичный продуктивный копинг; 2 – идентичный непродуктивный копинг; 3 – конгруэнтный копинг; 4 – комплементарный копинг; 5 – неколониарный копинг

Рисунок 2. Процентное распределение испытуемых двух экспериментальных групп по типам диадического копинга

Обращает на себя внимание тот факт, что в группе семей с делинквентными подростками, не имеющими отклонения от норм психического развития, не было зафиксировано ни одной семьи, где родители в ситуации обвинения детей, прибегали бы к идентичному продуктивному копингу, предполагающему совместный поиск решения возникшей ситуации и отражающий их стремление поддержать своего ребенка и готовность к изменениям в своем родительском отношении к нему.

Большое количество семей первой экспериментальной группы (30,64%) выбирают неколониарный диадический копинг, что свидетельствует о достаточно серьезной психотравмирующей ситуации в таких семьях, патологизирующих как психическое состояние родителей, так и ребенка с интеллектуальными нарушениями.

В целом, проведенное эмпирическое исследование позволяют прийти к заключению о том, что в ситуации обвинения подростков-правонарушителей

семьи нуждаются в определенной психологической поддержке, предполагающей формирование у них адаптивных копинг-стратегий, что может привести к недопущению рецидивов правонарушений и преступлений их детей.

Литература

1. Бонкало, Т.И. Особенности диадических копинг-стратегий супругов в семьях разного уровня функциональной дееспособности // Известия Самарского научного центра РАН. 2009. Т. 11. № 4 (6). С. 1476 – 1481.
2. Опросник способов совладания // Психологическая диагностика. 2005. № 3. С. 57 – 76.

STUDY OF THE COPING STRATEGIES OF THE PARENTS ACCUSED PERSONS

J.L.Orlova

The author believes that the coping - a form of behavior that reflects the ability and willingness of the individual to the solution of life problems, aimed at adaptation - adaptation to the circumstances and assuming the formation of his ability to apply appropriate and effective means of overcoming crisis situations, emotional stress, etc. the Author stresses that the situation charges teenager suspected of committing a crime or actually committed it, is for himself, and for the whole family stress, and, therefore, of great theoretical and applied importance is the question of studying the characteristics of the selection coping strategies for parents in a situation charges teenagers.

Keywords. coping, juvenile offenders.

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Орлов Л.Ф.

Российский государственный социальный университет

Орлова Е.А.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Авторы отмечают, что прогресс современного общества, по мнению современных исследователей, все в большей степени обеспечивается не темпами роста продукции, а качеством жизни населения. Авторы делают вывод о том, что совершенствование процессов модернизации российской экономики невозможно как без дальнейшего повышения уровня жизни населения, так и без исследования психологических детерминант поведения индивида и социальной группы как субъектов экономического поведения.

Ключевые слова: социальная защита населения, модернизация российской экономики, психологические детерминанты поведения индивида и социальной группы как субъектов экономического поведения.

Одним из приоритетов развития нашей страны в настоящее время является глубокая модернизация российской экономики. С процессом модернизации связано решение таких проблем, как замедление положительной динамики производительности труда, значительно снизившихся во время мирового финансового кризиса, большой доли морально и физически устаревшего оборудования в структуре основных производственных фондов, низкого процента использования передовых производственных технологий. Это неоднократно подчеркивалось на всех уровнях государственной власти и подтверждается текущим состоянием многих отраслей общественного производства.

Исследования российских ученых выявляют следующие основные факторы, препятствующие процессу модернизации: безразличие населения к инновациям, низкую гражданскую активность, деградацию человеческого капитала, отсутствие необходимых социальных и политических институтов [2, 5].

При этом, в работах ряда авторов в последние годы довольно активно изучаются психологические барьеры модернизации.

По мнению В.М. Нуркова [3], психологические барьеры перед нововведениями необходимо рассматривать как проявление негативного отношения человека к их внедрению и/или использованию. Автор проводит типологию причин возникновения и функций различных барьеров, предлагает меры их преодоления. Так, в модели А.И. Пригожина (1989) источниками психологического барьера к новому являются: «сила привычки, нежелание менять устоявшийся стандарт поведения, боязнь неопределенности...» [3].

В комплексе интра-индивидуальных причин «сопротивления инновациям» традиционно указываются конфликт с прошлым опытом, актуальные установки и эмоциональные состояния личности, характерологические свойства (ригидность, консерватизм), отсутствие инновативной системы диспозиций.

В литературе чаще всего выделяются такие виды психологических барьеров к нововведениям, как барьеры некомпетентности, барьеры навыков и привычек, барьеры традиций, барьеры идилий, барьеры увеличения нагрузки и др.

Барьеры рассматриваются как в системе «человек-инновация», так и в системе «человек-человек» в условиях инновационной среды, то есть в системе межличностных отношений, устанавливающихся по поводу нововведения и порождаемых им изменений, анализируется их связь с социально-психологическим климатом.

Поскольку инновационная деятельность неотделима от творчества и «качество нововведения зависит от оригинальности и созидательного мышления

одной или нескольких индивидуальностей», проблема барьеров анализируется и в контексте творчества (Нурков В.М., Яголковский С.Р. и др.). В работах этих авторов исследуются не только факторы, определяющие низкую восприимчивость нового (сопротивление изменениям), но и препятствующие созданию новшеств. Описываются следующие барьеры творчества: неадекватный прошлый опыт, низкая самооценка и мотивация, отсутствие познавательной и творческой инициативы, неспособность к интеллектуальному риску, интолерантность к неопределенности, конформизм и консерватизм и др.

Альтернативой инновационным барьерам выступает феномен психологической готовности, представленный пятью блоками: установкой и способностью к полному включению в деятельность; установкой и способностью к нестереотипной деятельности; установкой и способностью к принятию самостоятельного и обоснованного решения; готовностью и способностью к испытанию стрессом; готовностью и способностью достижения согласия. По концепции А.Л.Журавлева, отношение к нововведениям определяется: готовностью (мотивацией), подготовленностью (умениями, навыками, знаниями) и реальной активностью [1].

Перечни указываемых психологических барьеров образуют пересекающиеся, но не тождественные множества. Ядро симптомокомплекса «инновационного барьера» остается до сих пор не выявленным, структурно-функциональные связи между отдельными видами барьеров не определены. Кроме того, на основе методологического подхода «теории черт» современными исследователями вводятся понятия «инновационный потенциал» и «инновационная личность» («инновационность личности») [5].

В.М. Нурков предлагает анализировать барьеры «инновационной продуктивности» и «инновационной сензитивности» как единую психологическую систему, характеризующуюся взаимосвязанными дефектами на саморегуляционном, смысловом, мотивационном, целевом, операциональном и информационном уровнях, что ведет ее к разнотипным нарушениям когнитивно-эмоциональной реализации интеллектуальной инициативы (как ключевого механизма творчества согласно концепции Д.Б.Богоявленской).

Итак, прогресс современного общества, по мнению современных исследователей, все в большей степени обеспечивается не темпами роста продукции, а качеством жизни населения. Вложение в человека включает затраты на образование и профессиональное обучение, охрану здоровья и культуру, другие социальные расходы. Этот процесс отражает возрастающую роль человеческого капитала в современном развитии общества, связанную с интеллектуализацией производства, развитием информационных технологий.

Здесь наиболее перспективными являются интересы внедрения мировых стандартов финансирования науки, образования и здравоохранения, создание благоприятных условий для эффективного использования квалифицированного труда и повышения качества человеческого капитала, построения эффективной, ориентированной на конечный результат, социальной инфраструктуры.

Социальная защита - система мероприятий, осуществляемых государственными и общественными организациями по обеспечению гарантированных минимальных достаточных условий жизни, поддержанию жизни и деятельного существования человека [6]. Под социальной защитой населения понимается система мер правового, социально-экономического и организационного характера, гарантируемая и реализуемая государством для обеспечения достойной жизни, то есть материальной обеспеченности на уровне стандартов современного развития общества и свободного развития человека.

Основные права граждан в сфере социальной защиты закреплены в ст. 18 Конституции Российской Федерации. Нормативные правовые акты по социальной защите населения имеют форму федеральных и региональных законов, в которых закрепляются права граждан в этой области и меры по осуществлению нормативных положений в сфере защитных функций государства. К числу иных правовых актов, регулирующих процедуры социальной защиты относятся Указы Президента РФ, постановления и распоряжения Правительства РФ; другие нормативные акты министерств и федеральных ведомств, органов исполнительной власти субъектов РФ, а также органов местного самоуправления и организаций.

Социально-экономические преобразования российского общества, направленные на утверждение и развитие рыночных отношений, делают проблему обеспечения эффективной социальной защиты граждан вообще и работников предприятий и организаций в частности, чрезвычайно актуальной. С одной стороны, эти преобразования усиливают социальную защиту граждан, но с другой, требуется принимать гораздо больше усилий по социальной защите в некоторых важных отраслях жизнедеятельности человека: защиты от безработицы, инфляции, материальной необеспеченности значительной части граждан и др. Главным сегодня является усиление социальной защиты от снижения жизненного уровня трудящихся, забота об условиях и содержании труда, организации и системе оплаты труда работников.

Вряд ли кто-то станет отрицать, что от состояния социальной сферы, эффективности проводимой государством политики в сфере социальной защиты граждан в определяющей степени зависит стабильность общества, его устойчивое развитие и, в конечном счете, его национальная безопасность. Именно поэтому государства и их правительства во все времена решали

сложнейшую и в то же время жизненно важную проблему баланса между экономической эффективностью и социальной справедливостью, искали пути и механизмы проведения адекватной ситуации и современному уровню развития общества социальной политики.

Таким образом, социальная защита и социальное обеспечение в современном обществе – это область сплетения жизненно важных интересов граждан, отношений собственности и распределения, правовых приемов и способов их регулирования, социальной политики государства и социально-экономических прав человека. Это также и сфера преломления таких общечеловеческих ценностей, как равенство, социальная справедливость, гуманизм, моральные устои общества. Целевое предназначение социального обеспечения состоит, прежде всего, в том, что оно является особой формой удовлетворения потребностей в источниках средств к существованию престарелых и нетрудоспособных.

Социальная защита как особый социальный институт современного государства является показателем социальной уверенности, социальной гарантией достойного развития каждого члена общества и сохранения источника средств к существованию при наступлении социальных рисков.

Среди факторов, препятствующих модернизации российской экономики, следует выделить сам характер проводимой в последние 20 лет социально-экономической политики. Ее идеологической основой служит либеральная концепция государства как «ночного сторожа». Такая политика противоречит задачам модернизации, она расходится с мировой практикой успешной модернизации, которая демонстрирующей активную, лидирующую роль государства в проведении модернизации. Во-первых, государство неотделимо от установления правил игры, а модернизация всегда начинается с установления новых правил, во-вторых, модернизация предполагает мобилизацию ресурсов на выбранных направлениях развития и государство выступает субъектом такой мобилизации [5].

Это приводит к тому, что социальные показатели развития страны стагнируют или ухудшаются. Сохраняется высокий уровень безработицы и доли населения, находящейся за чертой бедности. Сохраняется также значительные разрывы в уровне развития регионов: по уровню валового регионального продукта на душу населения, по показателям уровня бедности, величины инвестиционных вложений в субъектах РФ. Все это отрицательно сказывается на величине и структуре человеческого потенциала как главного фактора экономического развития.

К сожалению, в России до настоящего времени не произошло формирования достаточно четких подходов к реформированию сложившейся

системы социальной защиты, для которой характерны чрезвычайно высокая патерналистская роль государства и крайне слабо обозначенные общественные институты. В течение последних лет социальная защита населения России ориентировалась на адресное оперативное решение самых острых, кризисных, жизненных проблем отдельных категорий граждан на заявительной основе. На определенном этапе этот путь был наиболее реальным для практического решения задач в этой сфере и представлялся удачным. Однако время показало, что такой подход не дает долгосрочного эффекта, поскольку он не нацелен на профилактику повторений кризисных ситуаций, на перспективную социальную защиту каждого конкретного человека и населения в целом.

С одной стороны, Россия, начиная с 1999 г., испытывает период устойчивого экономического подъема. Вместе с тем, по мнению Л.Ф. Орлова, несмотря на позитивную динамику экономического развития страны, остаются нерешенными такие проблемы социально-трудовой сферы, как высокая дифференциация населения по уровню доходов, низкая заработная плата в ряде отраслей экономики и в отдельных регионах, высокий уровень бедности [5]. Автор отмечает, что сокращение имеющихся денег у населения сопряжено с падением экономических стимулов к жизни и, следовательно, с уменьшением круга потребностей, со снижением качества жизни. Психологическое восприятие снижения качества жизни в зависимости от типа личности ведет к росту деловой активности, акциям протеста политике правительства или, наоборот, к пассивности, росту числа суицидов и т.п.

Несравненно больше, чем прежде, люди ожидают от государства того, что оно защитит каждого из них от всех мыслимых экономических и социальных рисков. Как видно, ситуация с восприятием государственного финансирования социальных программ – сложный психологический процесс. Это обусловлено тремя факторами:

- 1) сильной зависимостью социального положения большей части населения от прямого финансирования из бюджета;
- 2) сохранением преимущественно государственной формы финансирования социальной сферы: образование, здравоохранение, социальное обеспечение и т.д.;
- 3) наличием укоренившихся традиций, привычек получать все блага именно от государства [5].

Кроме того, на характер реакции человека по поводу дифференциации в доходах большое влияние оказывает сложившаяся в обществе система ценностей, привычек, своего рода идеология жизни. Исходя из этого, складывается и стратегия преодоления возникающих у человека проблем.

Тем не менее, в условиях современной российской действительности в целях обеспечения достойного уровня жизни в целом происходит усиление активной жизненной позиции населения. Идет поиск новых форм доходов, источников существования [5]. По мнению ряда исследователей, сегодня можно говорить о происходящем в российском обществе своеобразном стратификационном сдвиге, когда каждый слой поднимается на ступеньку выше, достигая возможностей, которые еще вчера представлялись атрибутом более успешных групп.

Однако, переход субъекта в качественно новый социальный статус связан с возникновением у него дефицита соответствующих ролевых навыков и социальных ориентаций, на формирование которых может уйти немало времени. С одной стороны, он ведет к преодолению бедности как системной угрозы витальным потребностям человека. С другой стороны, прежняя система социальных стимулов в данной ситуации зачастую перестает действовать. Ведь по-настоящему бедный человек живёт мыслями о хлебе насущном и крове над головой, о том, как уберечь себя и свою семью от голода и холода. Этому подчинена его повседневная деятельность как практика постоянной борьбы за выживание, борьбы, в которой нельзя расслабляться ни на минуту. И если вдруг, внезапно, угроза голода и холода исчезает, вчерашний бедный оказывается дезориентированным. Ведь ему не нужно больше бороться так, как это было всегда, а ничего другого он ещё не научился делать, да никто и не пытается его этому научить. Вчерашние бедные, дезориентированные новыми возможностями, утрачивают способность эффективно функционировать в экономике. Примерами такого поведения могут служить всплеск показного потребления, рост невозвращенных потребительских кредитов и т.д., что чаще всего связано с отношением индивида к деньгам как «неиссякаемой субстанции», которую можно тратить безответственно, не соотнося свои расходы с доходами.

Проведенный анализ проблемы показывает, что совершенствование процессов модернизации российской экономики невозможно как без дальнейшего повышения уровня жизни населения, так и без исследования психологических детерминант поведения индивида и социальной группы как субъектов экономического поведения.

Литература

1. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Динамика межгрупповых отношений в условиях изменения форм собственности / Психол. журнал, 1992. №4. С. 24–32.
2. Модернизация российской экономики: уроки прошлого, шансы и риски. Доклады и тезисы участников XIX Кондратьевских чтений. – М., 2011.

3. Нурков В.М. Социальные детерминанты контринновационного поведения// Социология инноватики. 2011 г., № 1.
4. Орлов Л.Ф. Социально-психологический аспект бедности// Ученые записки РГСУ. 2006. № 2.С. 104-105.
5. Павленко Ю.Г. Факторы, препятствующие модернизации российской экономики. - Материалы XIX Кондратьевских чтений «Модернизация Российской экономики: уроки прошлого, шансы и риски», тезисы участников Чтений. Международный фонд Н. Д. Кондратьева. – М., 2011. С.251-253.
6. Холостова Е.И. Социальная политика: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001.

**PROBLEMS OF SOCIAL PROTECTION OF THE POPULATION AND
IMPROVEMENT OF THE PROCESSES OF MODERNIZATION OF THE RUSSIAN
ECONOMY**

Orlov L. F., Orlova E.A.

***Abstract.** The authors note that the progress of the modern society by modern researchers, increasingly, is not ensured the growth rates of production and the quality of life of the population. The authors conclude that the improvement of the processes of modernization of the Russian economy is impossible without further increase living standards of the population, and without examining the psychological determinants of the behavior of the individual and social groups as subjects of economic behavior.*

***Keywords:** social protection of the population, modernization of the Russian economy, psychological determinants of the behavior of the individual and social groups as subjects of economic behavior.*

**АНТИНАРКОТИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОГО
МЕНЕДЖМЕНТА**

Островский Э.В.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

На основе анализа современной наркоситуации в России и в мире автор обосновывает мысль о необходимости тесного взаимодействия государственной антинаркотической политики и соответствующего направления корпоративного менеджмента. Дается характеристика отношения руководителя к работникам, злоупотребляющим психоактивными веществами. Автор показывает, что злоупотребление наркотиками превращается в самую серьезную проблему для населения России и предлагает конкретную систему мер по предотвращению злоупотребления психоактивными веществами на уровне предприятий средствами корпоративного менеджмента.

Ключевые слова: наркотики, наркоситуация, антинаркотическая политика, антинаркотическая Программа организации.

Злоупотребление психоактивными веществами вызывало много споров, начиная с древнейших времён. Давность дебатов по вопросам употребления марихуаны можно проследить вплоть до китайских документов, датированных за несколько столетий до нашей эры.

В странах Западной Европы и США озабоченность злоупотреблением алкоголем и другими психоактивными веществами существует с начала XIX в. Опрос общественного мнения, произведённый недавно наиболее авторитетным в области социальных исследований в США Институтом Гэлопа, показал, что злоупотребление наркотиками превращается в самую серьёзную проблему населения страны, по мнению самих же американцев.

Не обошла эта беда и Россию. Так, подписанная Президентом Российской Федерации «Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г.» (12 мая 2009 г.) признаёт одним из источников угроз национальной безопасности России деятельность транснациональных преступных группировок, связанных с незаконным оборотом наркотиков. В другом государственном документе, «Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 г.» (9.06.2010 г.) указывается на возникновении в России и мире новых вызовов и угроз, связанных с появлением новых видов наркотических средств и порождённых этим негативных тенденций, таких как устойчивое сокращение численности населения России, особенно численности молодого, трудоспособного населения, вследствие масштабного незаконного распространения наркотиков.

К сожалению, дальнейший прогноз экспертов неутешителен. В ближайшие годы на территории Российской Федерации уровень распространения наркомании видимо будет расти. По данным ВЦИОМ, сегодня 63 % россиян считают наркоманию и алкоголизм одной из острейших проблем, стоящих перед нашей страной.

В этих условиях крайне необходимо принятие комплексных и сбалансированных мер, которые существенно снизили бы потребление наркотиков и последствий их потребления. Для этого необходимо разработать на основе социального партнёрства механизмы взаимодействия между российскими компаниями и государственными структурами для проведения профилактических мероприятий антинаркотической направленности.

Поэтому сегодня одной из задач менеджера становится разработка для своей организации специальной антинаркотической Программы, целью которой является повышение безопасности и производительности труда, а также укрепление здоровья сотрудников. Она должна быть направлена на выявление проблемы на ранних стадиях, задолго до того, как работник появится

на работе под воздействием алкоголя или наркотиков. Конечно, разработка и реализация такой Программы требует от менеджера соответствующей подготовки.

Прежде всего, следует уяснить, что под злоупотреблением психоактивными веществами понимается тот или иной способ использования химического вещества для такой модификации настроения или поведения, которая по своему характеру отличается от социально одобряемой практики.

Для руководителя компании, корпорации важно не ошибиться при установлении самого факта злоупотребления работником психоактивными веществами. Чтобы не допускать ошибок, следует учитывать, что в психологии выработаны 4 критерия более или менее точного диагноза злоупотребления психоактивными веществами:

1. повторяемость злоупотреблений;
2. повторяемость злоупотреблений в ситуациях, связанных с риском;
3. периодическое возникновение у данного лица проблем с правоохранительными органами;
4. продолжающееся злоупотребление, несмотря на связанные с этим проблемы.

Злоупотребления психоактивными веществами стали причиной многих случаев травматизма на рабочем месте, снижения производительности труда, качества продукции, краж, межличностных конфликтов, моральных проблем.

Работодатели, менеджеры, если они решили бороться с этими злоупотреблениями, должны, прежде всего, ответить на три главных вопроса:

1. Какую технику контроля и наблюдения можно будет применить для обнаружения наркотиков и алкоголя, не создавая при этом атмосферы полицейской слежки.
2. Какие меры воздействия или наказания могут быть приняты против нарушителя.
3. Будет ли команда поддерживать тех, кто после принятия оздоровительных мер решил отказаться употреблять наркотики.

Как показывает практика, различные дисциплинарные взыскания не всегда являются самым лучшим средством борьбы с применением наркотиков на рабочем месте. Более эффективно использование мер по реабилитации, которое позволит нарушителю – нередко квалифицированным работнику – вернуться к производительному труду и здоровому образу жизни.

Такой результат весьма желателен не только из гуманных соображений, но также полезен и для предприятия, которому, может быть, трудно найти замену специалисту.

Однако, возможность для реабилитации своего поведения может предоставляться работнику только до тех пор, пока это будет возможно без ущерба для организации и других работников.

Средства адаптации могут быть разнообразными: это и перевод работника на другое место работы, и изменение расписания его рабочих часов, и изменение круга возложенных на него обязанностей и т.п.

Общие рекомендации для менеджера при решении этих сложных социально-психологических проблем состоят в следующем:

1. Прежде всего нужно ясно определить своё отношение к проблеме применения психоактивных веществ на рабочем месте: «страусиная политика» здесь неприемлема. Работнику должно быть строго и однозначно запрещено приступать к работе, находясь под действием наркотиков или алкоголя.

2. Необходима разработка соответствующих правил и их неукоснительное соблюдение. Эти правила должны чётко описывать неприемлемое поведение и наказания за нарушение правил. Причём из этих правил не должно быть никаких исключений, в том числе и для управленческого персонала.

3. Нужно использовать только разрешённые законом правила проверки подозреваемых нарушителей. Недопустимы поспешные выводы на основе неполного анализа поведения работника.

4. Наказывая работника, нужно следовать установленным дисциплинарным нормам, не допуская при этом каких-либо послаблений или исключений.

5. Особое внимание следует уделить обучению руководителей первого эшелона (мастеров, руководителей отделов) политике организации в отношении злоупотреблений психоактивными средствами.

6. Нужно быть внимательным к соблюдению прав, неприкосновенности личности, конфиденциальности соответствующей информации. Участие работника в той или иной программе реабилитации должно храниться в строгой тайне.

В заключение, следует отметить, что важной предпосылкой успеха работы по составлению и реализации антинаркотических Программ в организациях, а также предпосылкой успеха антинаркотической деятельности в целом должно стать включение в основные и дополнительные программы общего и профессионального образования разделов по профилактике злоупотребления психоактивными веществами, а также целевых программ, направленных на соответствующие аудитории, в первую очередь на молодёжь.

Литература

1. Коклюгин Н. Современная наркоситуация в России – Наркология, ж. РАМН, 2010г., № 1. С. 86-92.
2. Островский Э.В. Психология менеджмента – М.: Вузовский учебник, 2014.
3. Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 г. – Указ Президента Российской Федерации от 9 июня 2010 г.

ANTI-DRUG DIRECTION OF CORPORATE MANAGEMENT

E.V. Ostrovskiy

The author shows that drug abuse is a serious problem for the population of Russia and offers specific measures for the prevention of substance abuse at the enterprise level by corporate management.

Key words

Drugs, drug situation, anti-drug policy, anti-drug Program organization

Сведения об авторах

Анненкова Наталия Викторовна, к.психол.н., доцент кафедры «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Буянова Светлана Михайловна, преподаватель кафедры «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Гагарина Мария Анатольевна, к.психол.н., доцент кафедры «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Гордякова Ольга Владимировна, к.психол.н., зав.кафедрой социальной психологии НОУ ВПО «Московский институт психоанализа», г. Москва.

Дедов Николай Петрович, к.психол.н., доцент кафедры «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Жданова Дарья Михайловна, магистрантка ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Камнева Елена Владимировна, к.психол.н., доцент кафедры «Прикладная психология», ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Карнышев Александр Дмитриевич, д. психол. наук, профессор, заведующий кафедрой социальной и экономической психологии, Байкальский государственный университет экономики и права, г. Иркутск.

Коробанова Жанна Владимировна, к.психол.н., доцент кафедры «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Лебедев Александр Николаевич, д.психол.н., профессор, зав.кафедрой «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Мужичкова Юлия Евгеньевна, к.психол.н., доцент кафедры «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Орлов Леонид Феликсович, к.экон.н, доцент, ГОУ ВПО «Российский государственный социальный университет», г. Москва.

Орлова Елена Александровна, д.психол.н., профессор кафедры «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Орлова Нина Владимировна, м.н.с. лаборатории ускорительных установок Научно-исследовательского института ядерной физики имени Д.В. Скобельцына МГУ, г. Москва.

Орлова Юлия Леонидовна, к.психол.н., доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин НОУ МОСПИ, г. Москва.

Островский Эдуард Вениаминович, к. истор. н., профессор кафедры «Прикладная психология» ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.

Ширванов Алексей Амирбекович, Заслуженный юрист Российской Федерации, д.ю.н., гл.н.с. ФГКУ «ВНИИ МВД России», г. Москва.

Ширванов Руслан Алексеевич, магистрант ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва.