



ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Материалы
Научной интернет-конференции
с международным участием
11-25 ноября 2013 года

Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В
РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

*Материалы
Научной интернет-конференции
с международным участием
11-25 ноября 2013 года*

**Москва
2013**

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: Издательство ТулГУ, 2013. – 155 с.

В сборнике представлены доклады участников. Материалы публикуются впервые, в авторской редакции. В материалах полностью сохранены авторский стиль и форма изложения. Содержание материалов носит дискуссионный характер. Мнения авторов могут не совпадать с мнением программного комитета конференции и редакционной коллегии. Сборник рассчитан на лиц, интересующихся современным состоянием исследований в области экономической психологии и поведенческой экономики в России и за рубежом.

Ответственный редактор:

Лебедев А.Н., доктор психологических наук, профессор, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Редакционная коллегия:

Камнева Е.В., кандидат психологических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Коробанова Ж.В., кандидат психологических наук, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Мужичкова Ю.Е., кандидат психологических наук, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

© Авторы научных статей, 2013

© Финансовый университет при Правительстве РФ, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ	6
Анненкова Н.В., Камнева Е.В. Особенности механизмов психологических защит студентов экономического вуза.....	6
Блохин В.Н. Особенности экономической социализации личности	9
Воробьев А.А. Влияние морально-этических норм на сбалансированность социальноэкономических систем	12
Воробьева А.Е. Отношение к неэтичной рекламе у молодых специалистов экономических и гуманитарных профессий.....	15
Гагарина М.А. Диагностика налогового поведения	18
Глебов В.В. Состояние адаптации российской молодежи: связь морально-этических норм и экономического поведения	21
Жебит В.А. Структурные факторы и экономическое поведение в условиях современной России.....	24
Королёва Е.Ю., Калашников В.В. Взаимосвязь морально-этических норм и экономического поведения человека	27
Майсак Н.В., Майсак О.С. Swot-анализ в выявлении барьеров в стратегическом развитии педагогической и медицинской организационно-профессиональной среды	30
Меньшикова М.В. Пути преодоления проблем потребительской психологии	33
Мужичкова Ю.Е., Коробанова Ж.В. Сравнительный анализ представлений о социально-ответственном человеке и идеальном бизнесмене	36
Островский Э.В. Саморегулирование и эффективный менеджмент.....	38
Пацакула И.И., Иванихин А.А., Щербакова Н.А. Представление о деньгах в контексте преобладающей мотивации личности	41
Семенов М.Ю. Денежные типы и монетарные акцентуации	44
Фоломеева Т.В., Йовчик А.В. Психосемиотитическая функция бренда в контексте символического потребления.....	47
Чижикова Е.С. Нравственные нормы как фактор, препятствующий модернизации российской экономики	49
РАЗДЕЛ 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ ПО ОТНОШЕНИЮ К ИННОВАЦИЯМ	52
Буянова С.М., Мужичкова Ю.Е. Взаимосвязь возраста и инновационности личности	52
Дедов Н.П. Социально-психологические проблемы инвестирования и взаимоинвестирования в современном обществе	55
Закиров Р.Ш. Преодоление психологических барьеров, вызванных инновациями	58
Захаренко Т.А. Антиинновационные барьеры.....	61
Креденцер О.В., Абдуллаева И.Б. Исследование инновационных факторов развития самоэффективности предпринимателей сферы торговли.....	64

Крылов А.Ю. Искажение картины мира в средствах массовой информации	66
Лебедев А.Н. Феномен инкорпоративности социальных групп в условиях миграции трудовых ресурсов	69
Мельник Ю.И. Восприятие экономической справедливости и готовность к изменениям.....	73
Мужичкова Ю.Е. Субъективные факторы инновационного процесса.....	76
Орлов Л.Ф., Орлова Е.А. К вопросу о социально-психологических детерминантах экономического поведения человека в условиях модернизации российской экономики.....	79
Паштова Л.Г. Адаптация персонала к необходимости изменений – путь успеха компании.....	81
Флоровский С.Ю. Совместная управленческая деятельность и проблема «размывания» позитивного вектора организационного развития: диспозиционно-регуляторные предикторы деструктивного управленческого взаимодействия.....	82
РАЗДЕЛ 3. САМООПРЕДЕЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В ПЕРИОД ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ	
Акбарова А.А. Экономическое самоопределение современной молодежи	86
Бендюков М.А. Самоопределение и экономическое поведение личности в постиндустриальной трудовой реальности	88
Комарова М.Н. Представления о нравственном идеале в условиях радикальных социально-экономических трансформаций российского общества	91
Семяшкин А.А. Когнитивно-стилевые различия между мужчинами и женщинами.....	94
Смирнова Н.П. Представления о материальном благосостоянии и экономические притязания личности: региональный аспект	97
Тарасова С.Ю. Социально-психологические аспекты буллинга	99
РАЗДЕЛ 4. ВЛИЯНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ОБ СССР НА ОТНОШЕНИЕ К РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ.....	
Гордякова О.В. Обыденные представления российской молодежи о достоинствах и недостатках плановой и рыночной экономических систем	104
Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Эмоциональное отношение студентов финансово-экономических вызов к образу СССР и современной России.....	108
Лебедев А.Н., Орлова Н.В. Теория поколений: сравнительный анализ представлений о СССР и современной России.....	112
Поспелова О.И. Проявление некоторых особенностей российского национального менталитета в условиях развивающейся рыночной экономики	117
РАЗДЕЛ 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРУПЦИИ	
	121

Безденежных В.М. Формирование социально-структурированного капитала при трансформации национальной экономики и обеспечение экономической безопасности.....	121
Ивчик В.В. Репродукция коррупции в вузовской среде в оценках студентов заочной формы обучения.....	125
Камнева Е.В., Анненкова Н.В. Факторы склонности к коррумпирующему поведению	128
Малышев В.А. Контркультурность как психологическая основа коррупции	131
РАЗДЕЛ 6. РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ.....	135
Бадмаева С.В. Роль социально-психологических дисциплин в формировании экономического сознания студентов	135
Ерофеев А.К. Профессиональные стандарты и оценка компетенций работника.....	138
Коробанова Ж.В. Подготовка инновационной личности в сфере высшего образования	140
Кулько Е.И. Методологические проблемы современного экономического образования (на примере подготовки специалистов в области бухгалтерского учета, анализа и аудита).....	143
Чернявский А.А. Проблема формирования предпринимательской компетентности у будущих экономистов	146
Шипкова О.Т., Шатаева О.В. Поведенческая экономика образования: иррациональное поведение при принятии решений.....	148
Сведения об авторах.....	152

РАЗДЕЛ 1. МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМОВ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ЗАЩИТ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВУЗА

*Анненкова Н.В., Камнева Е.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: механизмы психологической защиты, регрессия, интеллектуализация, проекция.

Роль эмоциональной сферы личности в успешной адаптации студентов-первокурсников или возникновении различного рода расстройств является предметом многочисленных исследований. Начиная с З.Фрейда, причины индивидуальных различий в характере возникающих особенностей или патологий заключаются в реализации силы Я через защитные механизмы (Бассин Ф.В, Бурлакова М.К., Волков В.Н., 1988). Будучи характеристикой личности, затрагивающей аспекты, психологические защиты имеют две общие характеристики: 1) они отвергают, фальсифицируют или искажают реальность; 2) они действуют бессознательно, так что индивид не подозревает об их существовании (Холл Кэлвин С., Линдсей Г., 1997). Личность нечасто использует один лишь механизм защиты – как правило, она использует разнообразные защиты.

Целью данного исследования, проводимого при поддержке РГНФ (грант № 12-06-00556а, «Психолого-экономические механизмы социальной ответственности российского бизнеса в сфере финансов»), стало выяснение особенностей механизмов психологических защит студентов-первокурсников экономического ВУЗа. В исследовании приняли участие 98 студентов первого курса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. 25 учащихся факультета «Финансовый менеджмент», 53 студента факультета «Учет и Аудит» и 20 студентов Юридического факультета.

В исследовании применялась методика «Индекс жизненного стиля (Life Style Index)» (опросник Плутчика-Келлермана-Конте) для определения иерархии системы, состоящей из 8ми психологических защит: отрицание, вытеснение, регрессия, компенсация, проекция, замещение, интеллектуализация и реактивное образование.

На основании полученных данных был проведен факторный анализ с помощью программы STATISTICA и выделены следующие три фактора (см. Таблицу 1).

Согласно наибольшему факторному весу первый фактор можно назвать фактором регрессии. В этот фактор со значимыми положительными весами вошли такие механизмы психологической защиты, как замещение и проекция. При этом с отрицательным знаком в данный фактор не вошел ни один из оставшихся рассматриваемых механизмов защит. Таким образом, можно говорить о том, что ведущим адаптационным фактором для студента-

первокурсника исследуемой нами группы является регрессия, проявляющаяся в неосознанном стремлении вернуться в прошлое, выбрав более простой, легкий вариант поведения. По-видимому, регрессия связана с невозможностью справиться с возникшим напряжением и возрастающим давлением иными способами. Замещение и проекция, по всей вероятности, являются поддерживающими механизмами при совладании студента-первокурсника с возникающей тревогой и напряжением.

Таблица 1.

Матрица нагрузок исходных признаков на факторы

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Отрицание	-0,4939	-0,35619	-0,53122
Подавление	0,02431	-0,79883	0,167899
Регрессия	0,901983	-0,10135	0,12504
Компенсация	0,438459	0,239984	-0,63251
Проекция	0,641649	-0,31632	0,021581
Замещение	0,779607	-0,30154	0,126883
Интеллектуализация	-0,053991	-0,53641	-0,69368
Реактивное образование	0,510861	0,531866	-0,39714

Проекция проявляется в тенденции считать, что другие люди имеют такие же мотивы, чувства, желания, ценности, черты характера, которые присущи самому студенту, замещение – в реализации неудовлетворенных желаний и стремлений с помощью иных объектов.

Второй фактор можно условно назвать реактивным образованием, в который с отрицательным знаком вошел такой параметр, как подавление. Иными словами, замена нежелательных тенденций на прямо противоположные доминирует у студентов исследуемой группы и, отчасти противопоставляется подавлению, как менее не востребуемому способу защиты.

Возможно в условиях жизни наших испытуемых, подавленные и исключенные из сознания травмирующие впечатления восстанавливаются и обновляются в сознании снова и снова, и в силу этого подавление выступает, лишь как временный способ снижения напряжения.

Третий фактор отмечен знаком минус и условно может быть назван компенсаторной интеллектуализацией, как одним из возможных, но, по сути, не востребуемых механизмов защит. Иными словами, можно говорить о том, что компенсаторная интеллектуализация выступает как бы областью нереализованной потенции у студентов первого курса исследуемой группы.

Интересным, на наш взгляд, является описание связи личностных черт человека с преобладающими механизмами его психологической защиты, согласно авторам методики (см. Таблицу 2).

На основании факторного анализа и данных о взаимосвязи личностных черт с преобладающим механизмом защиты, можно говорить о том, что исследуемую группу характеризуют следующие черты личности: бесконтрольность, общительность, агрессивность и подозрительность.

Контроль и унылость, как личностные черты, выступают областью нереализованной потенции данной группы.

Таблица 2.

Связь личностных черт человека с преобладающими механизмами психологической защиты

Механизмы	Личностные черты
Вытеснение	Робость
Замещение	Агрессивность
Реактивные образования	Общительность
Компенсация	Уныние
Отрицание	Доверчивость
Проекция	Подозрительность
Интеллектуализация	Стремление к контролю
Регрессия	Бесконтрольность

Механизмы психологической защиты личности – неотъемлемая составляющая психики человека. Они начинают свое действие тогда, когда достижение цели нормальным способом невозможно или когда человек полагает, что оно невозможно. Важно подчеркнуть, что это не способы достижения желаемой цели, а способы организации временного психологического равновесия с тем, чтобы собрать силы для реального преодоления возникших трудностей, то есть для разрешения конфликта соответствующими поступками.

Ведущими механизмами защиты исследуемой группы можно назвать регрессию, проявляющуюся в стремлении вернуться в прошлое, выбрав более простой и легкий вариант поведения. А также проекцию, обозначающуюся в тенденции считать, что другие имеют те же чувства, мотивы и пр., замещении, проявляющемся в реализации неудовлетворенных желаний и стремлений с помощью иных объектов; и в реактивном образовании, что выражается в склонности к замене нежелательных тенденций на прямо противоположные.

Компенсаторная интеллектуализация выступает в исследуемой группе как бы областью нереализованной потенции.

На основании обозначенных механизмов психологических защит и данных об их взаимосвязи с чертами личности, можно говорить о бесконтрольности, общительности, агрессивности и подозрительности исследуемой группы.

Библиографический список

1. Анненкова Н.В., Камнева Е.В., Буянова С.М. Личная социальная ответственность представителей российского бизнеса // Человек в экономических и социальных отношениях: Материалы Всероссийской научной конференции / Отв. Ред. А.Б. Купрейченко, Л.Н. Широкова. – М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 2012. С.30-31.
2. Анненкова Н.В., Камнева Е.В. Взаимосвязь карьерных ориентаций студентов с личной социальной ответственностью // Акмеология. Научно-практический журнал. № 3 (47), 2013. С. 113.
3. Горноста́й П., Титаренко Т. (ред.) Психология личности: словарь-справочник. К.: Рута, 2001. 319 с.

4. Камнева Е.В., Анненкова Н.Н., Безрукова Е.В., Ковалева С.В. Взаимосвязь психологических защит и личной социальной ответственности// Формирование общекультурных и профессиональных компетенций финансиста. Сборник научных трудов студентов, аспирантов и преподавателей Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Выпуск третий. – Тула: Издательство ТулГУ, 2013. С.31-39.

5. Холл Кэлвин С., Линдсей Гарднер Теории личности. – М.: КСП+, 1997. 351 с.

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Блохин В.Н.

г. Горки, Беларусь

Ключевые слова: экономическая социализация, личность, собственность, трансформации.

К важнейшим проблемам экономической психологии относят выявление места личности человека в структуре производительных сил. К числу проблем относится отражение в психологии человека различных форм собственности, психологические вопросы распределения и потребления, проблемы потребностей человека, закономерности их зарождения, развития и т.д. (Радина Н.К.).

Современное общество характеризуется нестабильностью, высокой социальной динамикой и неопределенным вектором социальных изменений. Для личности трансформация общества выступает как ряд неясных, непредсказуемых ситуаций, создающих невозможность даже ближайшего прогнозирования своей судьбы. Информатизация общества и развивающиеся сетевые коммуникации приводят к снижению статуса социальной принадлежности как источника и фактора социализации, т. е. лишают личность привычной социальной идентичности. Масштабные изменения в российском обществе связаны с переходом к рыночной экономике, что привело к экономическим девиациям (гиперинфляция, безработица, нищета, личностный кризис) и проявлениям маргинальности.

Присутствие в современном российском обществе нескольких видов культуры приводит к конфликту в системе экономических ценностей – труд, деньги, товар, потребление, спекуляция и др. (Вяткин А.П.).

Собственность как экономический феномен и связь собственности с личностными сферами находится в фокусе внимания целого ряда исследований. Разделение собственности на индивидуальную и коллективную (групповую) предполагает, что индивидуальная собственность может носить характер личной, а также частной собственности, а коллективная (групповая) – общинной и общественной собственности.

Процесс формирования частной собственности развертывался в ходе экономического развития общества на базе развивающейся личной собственности, что обусловило в некоторых случаях утрату обособленности понятий.

С точки зрения экономической социализации, отношения личной собственности формируются на этапе первичной социализации (в детстве), а от-

ношения частной собственности могут появиться лишь на этапе вторичной социализации.

Наделив собственность социальным значением, мы можем предполагать, что трансляция этого значения, а также воспроизводство и трансформация отношений, связанных с владением той или иной собственностью, составляет содержание экономической социализации.

Таким образом, отношения собственности по-прежнему могут выступать как более-менее точная характеристика социальной группы, к которой принадлежит человек как член общества, а также выражать индивидуально-психологические особенности индивида. В традиционных институтах социализации ребенок будет получать информацию относительно того, чем он владеет (что является его собственностью, его «физическим Я») и какие возможности он обретает благодаря владению своей собственностью.

Необходимо отметить, что и российские, и западные психологи отмечают высокую потребность граждан России и Восточной Европы в предметах, обеспечивающих высокий социальный статус, полезность вещи уходит на второй план. Элементы показного, «престижного» поведения и потребления в Западной Европе уже не считаются приемлемыми. Подобные изменения происходили под влиянием развития экономики на Западе. Однако данные трансформации формировали и личность, как бы изменяли фокус концентрации ее внимания, перемещая с внешнего, формального, ролевого, на внутреннее (проблемы, связанные с саморазвитием и индивидуальными ценностями).

В России, в условиях резких социально-экономических перемен экономическая социализация детей обгоняет экономическую социализацию взрослых (Радина Н.К.).

Главной особенностью современных социальных изменений в России является сочетание скорости и радикализма проводимых реформ с отсутствием у них единого вектора, что в целом определяется как социальная нестабильность, которая для обывденного человека воспринимается, прежде всего, как абсолютная неопределенность ситуации. Особое значение это имеет для молодого поколения, которое проходит целый ряд социальных выборов. Отсутствие общепринятых ценностей и нормативных моделей подводят молодого человека к вопросу самоопределения, где он обнаруживает, что установленные общественные ориентиры дают противоречивую информацию, а то и не работают вовсе. Подобное положение выдвигает новые требования и подходы к проблеме социализации молодежи, подчеркивает особую важность формирования моделей социального поведения без опоры на общепринятые стандарты, конструирования персональной системы ценностей и идентификационных структур. Это приводит к необходимости креативного поведения, включенного во множественные коммуникации, постоянно выходящего за пределы своего индивидуального «Я». Образ изменяющегося социального мира неизбежно вызывает изменяющиеся представления человека о самом себе в нем (Вяткин А.П.).

В период социально-экономических кризисов происходит рассогласование социально-психологических и экономических детерминант экономического сознания, самосознания и поведения. В кризисные периоды объективная потреб-

ность в материальных ресурсах, как правило, возрастает, однако представители многих социальных групп проявляют прямо противоположную тенденцию – снижают субъективную значимость материальных ценностей. Личность как бы «отступает» на надежные и проверенные позиции – к базовым ценностям как устойчивым компонентам самоопределения, к ценностям предыдущего этапа жизни или ранее пережитого социально-экономического уровня. Возникает феномен непоследовательного или «колебательного» экономического поведения субъекта, который характерен, в первую очередь, для личности с противоречивой, конфликтной системой ценностей.

Приоритетными каналами социализации в условиях трансформации общества являются рынок труда, институт предпринимательства, СМИ и сетевые коммуникации. Рынок труда и осуществляющийся на нем спрос – предложение, а также наличие свободных рабочих мест, позволяют реализовать конкретные пожелания в своей будущей работе, а также реализовать определенный уровень знаний. Рынок труда проверяет личные качества молодежи как моральные, так и деловые, их культурные миры и профессиональные умения. Цель этого института – обеспечить молодежь социальными качествами, которые будут востребованы в течение всей активной жизни. Для СМИ как канала социализации характерно то, что большинство из них принадлежит или подчиняется масс-медиа монополиям, и очень большое пространство отдается рекламе. Реклама выступает сильным раздражителем, формируя у многих людей четко выраженную потребительскую идеологию, стремление к неограниченному потреблению, а иногда и к противоправному или делинквентному поведению. Это закладывает потенциальную опасность в будущем, как для конкретного человека, так и для общества в целом (Вяткин А.П.).

Таким образом, экономическая направленность личности является ведущим фактором социализации, в котором представлены интегрированный образ экономического будущего, а также система экономических установок.

Библиографический список

1. Радина Н.К. Первичная экономическая социализация: конструирование Я и обретение собственности // Профессиональное самосознание и экономическое поведение личности. Труды III международной научной интернет-конференции март-июнь – Омск, 2009. – С.9-23.
2. Вяткин А.П. Психология экономической социализации личности: субъектно-ролевой подход – Иркутск: Из-во Иркутского Гос. Университета, 2010. – 401 с.

ВЛИЯНИЕ МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИХ НОРМ НА СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

*Воробьев А.А.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: область восприятия, область выбора поведения, благосостояние, кризис доверия, потребление ради потребления, границы системы.

Морально-этические нормы поведения применимы только к взаимоотношениям в обществе, так как устанавливают определенные правила поведения для нормального его функционирования, устанавливая оценку тем или иным действиям элемента взаимодействия. Такие нормы оказывают влияние и на экономическое поведение элементов взаимодействия в той или иной экономической системе, так же приписывая определенный уровень оценки действий или бездействий в экономической сфере.

В материалах международной научно-практической конференции 2012 года «Экономическая психология в современном мире» в работах М.А. Гагариной, О.А. Голубковой, А.К. Кубановой, С.А. Петуновой, Е.Л. Николаева, Е.В. Тугаревой, О.В. Щевцовой, К.И. Вайсеро рассмотрены некоторые аспекты экономического поведения, указаны проблемы анализа этого поведения и возможные пути их исследования. Авторы отмечали необходимость системного подхода, влияния восприятия взаимодействий элементами, различия в принятии решений в зависимости от состояния окружения или окружающей среды.

Обобщив эти материалы можно сказать, что экономические отношения элементов системы происходят в границах экономической системы региона или государства, со стремлением к взаимодействию в качестве элементов более высокого порядка в глобальной экономической системе взаимоотношений. Каждый элемент взаимодействия имеет свой набор восприятия, принятия или непринятия правил взаимодействия системы, в которой он взаимодействует, и выбора определенных действий в границах этой системы – «область восприятия и выбора поведения» (рис.1.), часто устанавливаемых (регулируемых) самой системой. Порядок системы различен, при этом система взаимодействия элементов может входить в систему более высокого порядка и т.д.

Каждый момент времени элемент взаимодействия производит выбор своего поведения, при этом меняется состояние элемента в системе, а при изменении состояния элемента меняется и его область восприятия и выбора поведения. Таким образом, ни состояние элемента, ни его восприятие, ни его поведение не остаются постоянными, они постоянно изменяются, как и изменяется состояние системы и всех надсистем. В области восприятия и выбора поведения существуют морально-этические нормы, устанавливаемые: представлениями элемента системы, системой, надсистемой и т.д.

Часто любые нормы разделяют область восприятия и выбора поведения на несколько частей, основные из которых, соответствующие нормам поведение и несоответствующие таким нормам, тем самым указывая предпочтительное направление изменений состояния элемента в системе или подсистемы (например, на рис.1. из состояния S_0 в состояние S_n).

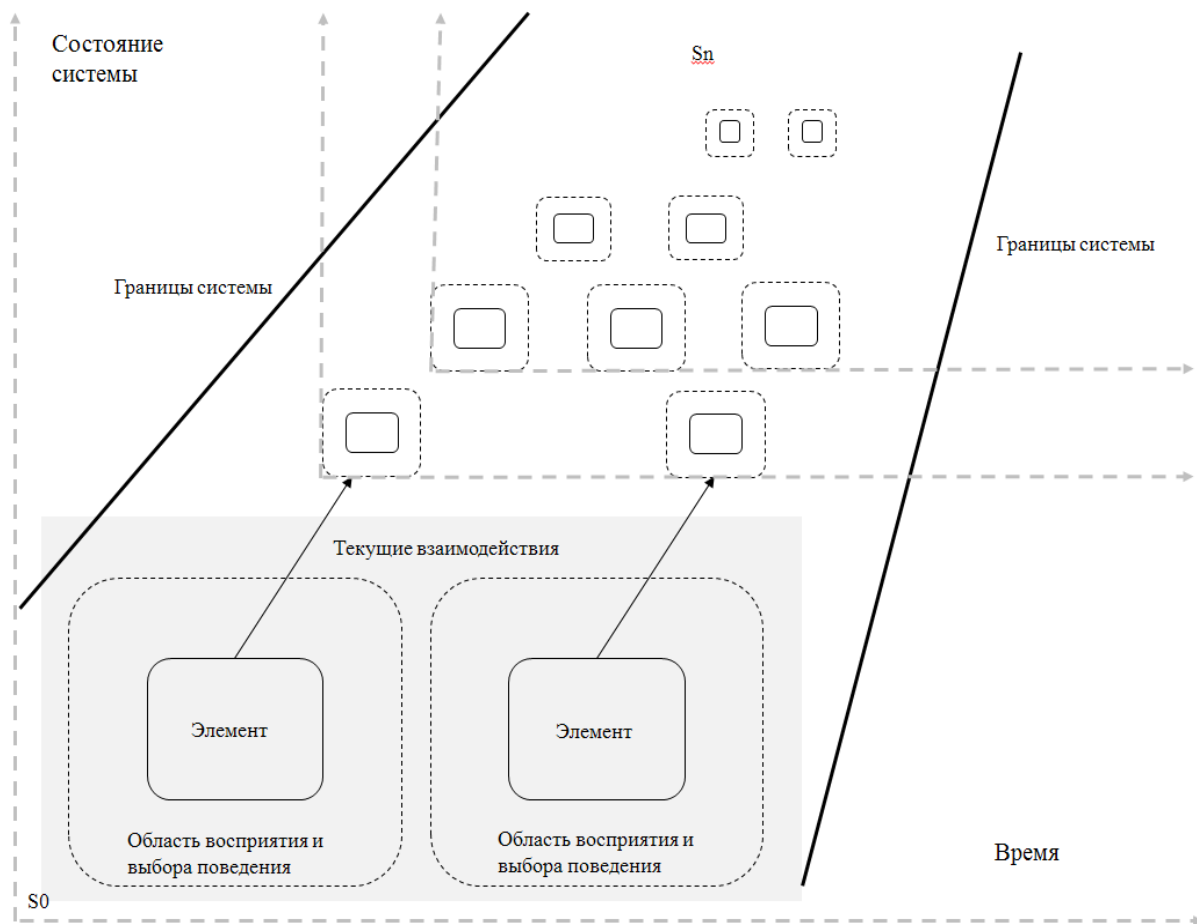


Рис.1. Изменение состояний системы взаимодействия

При разработке систем, в том числе систем экономического поведения необходимо рассматривать не только область соответствующего нормам поведения, но и учитывать предполагаемые отклонения от заданного курса изменения состояний элемента системы и самой системы взаимодействия элементов, в том числе и нарушения установленных норм поведения элементов. В любом случае элемент не сможет предпринять действий, которые не находятся в области выбора поведения (области всех возможных действий), даже с учетом изменения этой области, она всегда имеет определенные границы.

Одним из актуальных моментов на стыке морально-этических норм и побуждений к тому или иному экономическому поведению элементов системы взаимодействий в условиях развития рыночных отношений в России являются представления элементов экономической системы о необходимости повышения собственного благосостояния, как ключевого блага развития. Повышение благосостояния воспринимается большинством элементов как накопление

ресурсов, в частности необходимыми для жизни материальными, социальными и духовными благами (Википедия, URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Благосостояние>, дата обращения: 09.10.2013).

Большинство ресурсов имеют ограниченный период существования, особенно материальные ресурсы, на повышение уровня которых в обществе делается основной и первичный упор в современном российском обществе.

Например, для повышения собственного благосостояния российские граждане осуществляли покупки бытовой и электронной техники, автомобилей и других средств с целью развлечений или соответствия определенному «статусу», а не из-за необходимости владения этим ресурсом, для обеспечения жизнедеятельности. В этом случае существовало потребление ради потребления. Новых возможностей для системы или для элемента системы такое потребление ресурсов не давало, однако меняло область восприятия элемента системы. При наличии определенного набора материальных ресурсов (часто неиспользуемых неэффективно) элемент мог воспринимать свое расположение в системе иначе, чем оно было на самом деле. Стремление к овладению этим определенным набором материальных ресурсов привело к снижению морально-этических барьеров в восприятии элементами системы средств достижения своих целей. Постоянное изменение набора материальных ресурсов, необходимых для подтверждения своего «статуса», снижало ощущение стабильности и требовало большего количества средств обмена (денег). В итоге деньги, как наиболее ликвидный товар, стали самой целью для большинства элементов системы, как гарантия стабильности быстрой смены набора материальных ресурсов.

Это усложняло процессы принятия решений и планирования действий другим элементам системы, что в итоге привело к кризису «доверия» в мировой экономике.

В частности понятие благосостояния необходимо было бы определить как такое состояние элемента систем и всех его подсистем и надсистем, при котором в каждой части системы находится оптимальное количество ресурсов, необходимых для их функционирования. Разработка и достижение состояния сбалансированности в системе взаимодействия элементов и должно стать самой целью задающей путь ее достижения.

ОТНОШЕНИЕ К НЕЭТИЧНОЙ РЕКЛАМЕ У МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ГУМАНИТАРНЫХ ПРОФЕССИЙ

Воробьева А.Е.
г. Москва, Россия

Ключевые слова: эффективность рекламного воздействия, неэтичная реклама, агрессивная реклама.

В настоящее время реклама рассматривается не только как экономической, но и как социо-культурный феномен.

Представители академической психологии отмечают, что в индустрии рекламы работают относительно молодые специалисты, ценности, мотивы и установки которых могут привести к тому, что конечный рекламный продукт вызовет отторжение у целевой аудитории с иным жизненным опытом и иной системой ценностей (Лебедев-Любимов, 2002). До сих пор наиболее известной и широко используемой в сфере рекламной практики является модель рекламного воздействия AIDA, основанная на привлечении внимания и не учитывающая потребности, мотивы, интересы, желания потенциального потребителя. Чем шире аудитория, на которую требуется оказать воздействие, тем универсальнее используемые мишени (Доценко, 1996). Поэтому массовая реклама так часто апеллирует к сексуальным и агрессивным влечениям аудитории. Маркетологи утверждают, что черный юмор является хорошим приемом в рекламе (Спир, 2005). Научные исследования показывают, что привлечение внимания еще не гарантирует ни психологическую, ни экономическую эффективность рекламного воздействия (Купрейченко, 2005). Таким образом, представления психологической науки и рекламной практики о том, что является эффективным и приемлемым в воздействии на аудиторию, расходятся.

Нами было проведено сравнительное исследование отношения к неэтичной телевизионной рекламе студентов старших курсов факультета рекламы, совмещающих учебу с работой по специальности, студентов старших курсов факультета психологии и студентов старших курсов факультета экономики. Выборку исследования составили 84 человека, из них студентов-психологов 33 человек, студентов-рекламистов 37 человек, студентов-экономистов 14 человек.

Методики исследования: авторская методика оценки психологических показателей эффективности рекламы. Респонденты оценивали российскую телевизионную рекламу 3 видов: вызывающе-сексуальную, агрессивную и циничную (предварительный отбор рекламы осуществлялся экспертами).

Мы предполагаем, что специфика профессиональной подготовки специалистов в сфере рекламы и психологии обуславливает более негативное отношение к неэтичной рекламе психологов, в то время как у рекламистов будет наблюдаться нейтральное отношение к неэтичной рекламе. Также мы

предполагаем, что оценки неэтичной рекламы экономистами и психологами будут мало различаться, т.к. экономисты не включены в процесс производства рекламы и не воспринимают ее через призму профессиональных знаний.

Анализ различий, полученных при помощи критерия Манна-Уитни, показал, что вызывающе-сексуальная реклама с точки зрения рекламистов больше привлекает внимание и радует. Психологам в большей мере не хочется повторять слова и действия персонажей такой рекламы. Рекламистам хочется досмотреть такую рекламу, а психологам – нет.

Агрессивная реклама кажется психологам современной и даже немного пошлой, в отличие от рекламистов.

Циничная реклама оценивается рекламистами как радующая и смешная (мнение психологов близко к нейтральному значению), герои вызывают у них симпатию (у психологов – антипатию). Им хочется досмотреть такую рекламу больше, чем психологам. Родителям рекламистов даже может понравиться такая реклама. При этом поведение персонажей рекламы оценивается как неприемлемое в обществе в большей мере психологами, нежели рекламистами. Такая реклама больше раздражает психологов, оценки рекламистов близки к нейтральным.

Сравнение оценок неэтичной рекламы рекламистами и экономистами показала, что вызывающе-сексуальная реклама притягивает экономистов, в то время как оценки рекламистов по этому параметру близки к нейтральным. Рекламисты в большей мере признают такую рекламу пошлой и неприличной.

Экономисты считают агрессивную рекламу современной, а рекламисты затрудняются в оценке этой рекламы по такому параметру. Такая реклама понравится друзьям экономистов, но не понравится друзьям рекламистов.

Циничная реклама кажется экономистам более современной, чем рекламистам. Однако последние считают, что она соответствует товару, в то время как экономисты не согласны с ними.

Сравнение оценок неэтичной рекламы психологами и экономистами показало, что вызывающе-сексуальная реклама не вызывает доверия у психологов, а экономисты не могут оценить ее по данному параметру. Экономистов такая реклама притягивает, а оценки психологов близки к нейтральным. Психологов она раздражает, а экономистов успокаивает. Психологи не хотят приобрести рекламируемый товар, а экономисты затрудняются с ответом. Психологи считают такую рекламу более пошлой и неприличной, чем экономисты.

Агрессивная реклама является современной с точки зрения экономистов, оценки психологов по этому параметру близки к нейтральным. Психологи в большей мере не желают повторять слова и действия персонажей такой рекламы. Такая реклама может понравиться друзьям экономистов, психологи считают, что их друзьям она не понравится.

Экономисты считают циничную рекламу более современной, чем психологи.

Наибольшее число различий в оценках неэтичной рекламы было обнаружено между психологами и рекламистами, из них наибольшее число

относится к циничной рекламе. Между экономистами и рекламистами число различий наименьше, и количество их по отдельным видам примерно одинаково. Между психологами и экономистами наибольшее число различий в оценках вызывающе-сексуальной рекламы.

Психологи выражают негативное отношение ко всем видам неэтичной рекламы, показанным в данном исследовании. Они не идентифицируются с персонажами, считают их поведение неприемлемым в обществе, рекламу раздражающей и неприличной, не доверяют ей, не хотят приобрести рекламируемый товар и уверены, что их ближайшее окружение тоже осудит такую рекламу. Похоже, что у них уже сформировалось ответственное отношение к воздействию массовой культуры на общество и гуманистическое мировоззрение.

Рекламисты признают неприличность вызывающе-сексуальной рекламы, но в этом, по-видимому, и заключается ее привлекательность, а значит эффективность воздействия (они считают, что ее хочется смотреть). Представители рекламной индустрии уверены, что секс хорошо продает все. Больше всего их радует циничная реклама: они идентифицируются с персонажами, испытывают положительные эмоции, уверены, что значимым близким тоже понравится такая реклама, что она соответствует товару и ее хочется смотреть). Это согласуется с данными, которые им предоставляют маркетологи.

Экономисты считают неэтичную рекламу современной, не осуждают ее, она должна понравиться их ближайшему окружению, выражают сомнение в соответствии циничной рекламы рекламируемому продукту, но этим их негативные оценки и ограничиваются. Вспомним, что их мнения мало отличаются от мнений рекламистов, а значит, вызывающе-сексуальная и циничная реклама, которая так возмущает психологов, им нравится также, как и рекламистам. Вероятно, они и являются целевой аудиторией такой рекламы. Они – типичные представители экономической сферы, которая только недавно (особенно в нашей стране) начала учитывать этические аспекты экономических решений и их последствий, что сказывается на специфике профессиональной подготовки тех категорий профессий, которые к ней относятся. В связи с этим необходимо продолжить изучение отношения к неэтичной рекламе на тех респондентах, которые с одной стороны не причастны к процессу производства рекламы, а с другой не являются представителями гуманитарных наук, чья профессиональная подготовка подразумевает формирование у них критичности к информации, предоставляемой массовой коммуникацией, гуманистической и мирозидательной нравственной позиции, глобального взгляда на процессы в обществе.

С нашей точки зрения, профессиональная подготовка специалистов рекламной сферы должна быть дополнена психологическими тренингами, развивающими у них способность оценивать рекламу с позиции разных типов аудитории, формирующими ответственное отношение к инструментам воздействия на человека.

ДИАГНОСТИКА НАЛОГОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

Гагарина М.А.
г. Москва, Россия

Ключевые слова: налоговое поведение, ценностные ориентации, доверие налоговой системе, налоговый менталитет.

Целью данной статьи является представление результатов разработки опросника для оценки налогового поведения. В отношении налогового поведения рядом авторов (например, Дейнека, Липатова, Гребенчук) уже накоплен теоретический и эмпирический материал, на основании которого можно сделать следующие выводы. В России добросовестно платят налоги лишь небольшое количество граждан, большинство же стараются минимизировать свои налоговые обязательства всеми законными и чаще незаконными способами или вообще не платят налоги. По данным Федеральной налоговой службы, добросовестно платят налоги примерно 16–17% налогоплательщиков. Около 60% налогоплательщиков налоги платят, но в то же время пытаются минимизировать свои налоговые обязательства всеми законными и чаще незаконными способами. Остальные налогоплательщики налоги не платят (Чирков, 2012). Проблема уклонения от уплаты налогов в полном объеме, к сожалению, связана не с экономическими факторами (например, размером налоговой ставки), а с факторами социально-психологическими. То есть, большое значение имеет отношение и доверие государству, отношение к налоговым органам, уплате налогов и налогоплательщикам (Липатова, 2013). Понятие «налоговый менталитет», по результатам исследований О.С. Дейнеки (Дейнека, 1999), у россиян имеет следующие особенности. Система налогообложения представляется как несправедливая, хотя люди выражают высокую степень согласия с тем, что налоги - неизбежное и разумное явление экономической жизни. Согласие с мыслью о праве каждого гражданина на информацию об использовании налоговых средств, сочетающихся с невысоким показателем знания о принципах нынешней системы налогообложения. В механизм формирования отношения к налогам в контексте их справедливости включаются: механизм сравнения в разных его проявлениях, механизм идентификации собственной экономической ситуации с экономической ситуацией в стране. Крушение мифа о пропорциональной справедливости рынка и представление, что справедливость - это своего рода «общественный договор» между людьми с различным доходом. Наличие у людей «механизма подравнивания вкладов и отдач», когда через уклонение от налогов люди «добирают» то, что не дает им государство. Лица в большей степени удовлетворенные своим потреблением, в такой же степени согласны с неизбежностью и разумностью налогов. Те, кто в меньшей степени довольны экономической ситуацией как потребители, чаще считают налоги кормушкой для чиновников (Дейнека, с.86-87).

Следует констатировать, что уровень налоговой культуры в России достаточно низкий, это проявляется, в частности, в терпимом и даже положительном отношении к уклонению от уплаты налогов; а ведь именно ценностные и морально-нравственные ориентации налогоплательщиков являются одним из важнейших факторов налогового поведения. В связи с этим нами был разработан и апробирован опросник Налогового поведения¹, в основе которого было положено представление, что налоговое поведение во многом определяется представлениями, ожиданиями и доверием налоговой системе. В опросник вошли пять шкал: эффективность налоговой системы; ожидание и перспективы налогообложения в будущем; принятие налогообложения; налоговое поведение и доверие налоговой системе. Кроме того, опросник позволяет рассчитать общий индекс отношения к налогообложению. Разработанный автором опросник налогового поведения включал 20 утверждений, характеризующих отдельные аспекты налогового поведения и отношения к налоговой системе. Респондентам предлагалось выразить степень своего согласия с утверждениями по 5-ти балльной шкале. В каждую шкалу вопросы согласие и опровержение которых, наполняет шкалу, поэтому при обработке часть пунктов переводились их восходящей шкалы в нисходящую.

После проведения пилотажного исследования на выборке 70 человек, для определения внутренней согласованности нами были проведены расчеты коэффициентов корреляции пунктов опросника с соответствующей шкалой. Значения коэффициентов корреляции Спирмена приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Значения коэффициентов Спирмена (* $p < 0,05$) шкал и пунктов опросника долгового поведения.

№ пункта в шкале	Оценка эффективности налоговой системы	Ожидания и перспективы в будущем	Установки по отношению к налоговой системе	Налоговое поведение	Доверие налоговой системе
1	0,66*	0,65*	0,70*	0,73*	0,71*
2	0,72*	0,53*	0,65*	0,85*	0,68*
3	0,79*	0,63*	0,66*	0,74*	0,73*
4	0,65*	0,66*	0,53*	0,51*	0,61*

Как можно видеть из таблицы 1, все шкалы состоят только из валидных пунктов. Коэффициенты альфа-Кронбаха составили: Оценки эффективности налоговой системы 0,65; Ожидания и перспективы в будущем 0,50; Установки по отношению к налоговой системе 0,51; Налоговое поведение 0,67; Доверие налоговой системе 0,60; Общий индекс 0,80.

Рассмотрим описательную статистику полученную для каждой шкалы опросника. Для всех шкал опросника (кроме общего отношения к налогам) интервал значений составляет от 4 до 20. Результаты, полученные эмпирическим путем приведены в таблице 2.

¹ Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по Государственному заданию Финансового университета 2013года.

Из таблицы 2 мы видим, что по шкалам Оценка эффективности налоговой системы, Ожидания и перспективы в будущем интервалы соответствуют тем, которые предполагают баллы опросника. По шкалам Установки по отношению к налоговой системе и Налоговое поведение – значения смещены в сторону положительных значений, а по шкале Доверие налоговой системе – в сторону негативного отношения.

Таблица 2.

Описательная статистика результатов для шкал опросника налогового поведения

	N	Mean	Med	Min	Max	SD	M-SD	M+SD
Оценка эффективности налоговой системы	70	12	11	5	19	3	9	15
Ожидания и перспективы в будущем	70	12	12	5	18	2	9	14
Установки по отношению к налоговой системе	70	16	16	11	20	2	14	18
Налоговое поведение	70	15	15	5	20	3	11	18
Доверие налоговой системе	70	10	10	4	16	3	7	12
Налог общ	70	63	65	33	90	10	54	73

Далее все испытуемые были разделены на лиц с положительным (значение больше M+SD), отрицательным (значение меньше M-SD) и нейтральным (от M+SD до M-SD) отношением к налоговой системе. Большинство (65% и выше по каждой шкале) респондентов попадают в категорию с нейтральным отношением к налоговой системе, то есть они не имеют четких представлений о том является ли налоговая система эффективной или неэффективной, каковы перспективы развития в будущем, не уверены какое поведение законопослушное или законопослушное они выберут, принимают ли они налоговую систему и не знают, доверяют ей или нет.

Обсуждение результатов. Рассмотрим интервалы, характерные для высоких средних и низких значений по каждой шкале. По шкалам Установки по отношению к налоговой системе и Налоговое поведение смещение в сторону более высоких (положительных оценок), что свидетельствуют о принятии налоговой системы и необходимости платить налоги, а так же о склонности к законопослушному налоговому поведению в нашей выборке. По шкале Доверие налоговой системе нормы смещены в сторону более низких значений, что свидетельствует о низком доверии граждан налоговой системе, данный результат согласуется, например с результатами других исследователей (например Липатова, Дейнека). При рассмотрении соотношения лиц с различным отношением к налоговой системе, нами получены результаты, свидетельствующие о том, что большинство испытуемых имеют нейтральное отношение, то есть равнодушны к развитию системы налогообложения в нашей стране и не проявляют какую-либо позицию.

Данные, полученные при апробации опросника налогового поведения, позволяют рассматривать данную методику как средство для измерения оценки эффективности налоговой системы, ожидания и перспектив в будущем;

установок по отношению к налоговой системе; налоговое поведение и доверие налоговой системе.

Библиографический список

1. Гребенчук А.О. Налоги как инструмент социального взаимодействия органов государственной власти и общества // Журнал: Социология власти, М., 2008. - №5.
2. Дейнека О. С. Экономическая психология. Социально-политические проблемы. - СПб.: СПбГУ, 1999. - 240 с.
3. Динамика финансовой активности населения России 1998-2011 гг. Выпуск 11. Аналитический доклад (версия от 20.05.11) <http://www.zircon.ru/upload/iblock/d6a/MFAN-2011.pdf>
4. Липатова И.В. Платить налоги с удовольствием: философия реальной жизни / Экономическая психология в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции 22-24 ноября 2012 / Отв. ред. д. пс. н. А.Н. Лебедев. - М.: Эконинформ, 2012. - С.163-169.
5. Чирков, 2012 Инновационные подходы к формированию моделей поведения налогоплательщиков <http://izvestia.asu.ru/2012/2-1/econ/TheNewsOfASU-2012-2-1-econ-21.pdf>

СОСТОЯНИЕ АДАПТАЦИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: СВЯЗЬ МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИХ НОРМ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

*Глебов В.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: культура, морально-этические нормы, ценностные установки, экономическое поведение, уровень адаптации молодежи

Культурно-нравственная позиция современной молодежи показывает падения культурно-нравственных норм и представляет острую проблему, теряется основа духовности и ориентиры развития общества, что отмечается многими исследователями. Так в исследовании, проведенной в рамках Федеральной целевой программы «Молодежь России» на 2011–2015 гг. показывает наличие серьезных дисфункций социализации российской молодежи, которое проявляется в пассивности и инфантилизме молодого поколения, нежелании и неумении принимать активное участие в судьбе своей страны. Так, например, доля молодых людей, активно участвующих в жизни общественной жизни социума, составляет менее 7% от общей численности молодежи [1].

Помимо этого наблюдается рост агрессивности и недовольства в среде молодых людей, что усиливает и без того социально-психологическое напряжение в обществе. Это может негативно сказаться на развитии страны в будущем, когда нынешняя молодежь станет основным субъектом принятия решений [2].

Поэтому так важны мероприятия по формированию активного социально-экономического поведения молодежи в жизни общества. Это связано, во-первых, с поиском новых мотивов стимулирования экономического поведения молодежи. Во-вторых, возможностью прогнозирования экономического пове-

дения молодежи. В-третьих, снижению социально-психологического напряжения в социуме путем формированию адаптивного поведения в молодежной среде: создание оптимального баланса между запросом и предложения на рынке труда и морально-этическими нормами общества [4].

Таким образом, правильная расстановка приоритетов между экономическими и морально-этическими нормами в обществе создаст правильный вектор развитие страны [3].

В нашей работе под «экономическом поведением» мы подразумеваем *вид социального поведения, отражающий участие личности в экономической жизни общества посредством различных форм экономической деятельности*. При этом важной составляющей личности является инициативность индивида, его сознательность и ответственность в делах и поступках. Несомненно, в гармоничном развитии человека необходим баланс между собственными интересами личности, которые связаны с удовлетворением его потребностей и общественными интересами социума, которые направлены на рациональное изменение окружающей среды и способствует экономическому росту и росту благосостояния народа [5].

В основе экономического поведение молодого человека на рынке труда, являются: ориентация на современную ценностно-нормативную систему, уровень адаптированности к новым правилам экономического поведения. В то же время на формирование поведенческих стратегий влияют и другие факторы, например, возраст, пол, национальность, профессионально-образовательный уровень и т.д [4].

В контексте нашего исследования, которое мы проводили на выборке студентов (422 человека, 205 юношей и 217 девушек возраста от 19 до 23 лет) разных курсов и факультетов Российского университета дружбы народов. Нами изучалась типология экономического поведения молодежи по степени их активности. Мы считаем, что различная степень социального напряжения в обществе зависят от таких параметров как соответствие/несоответствие между человеческими потребностями и их возможностями удовлетворения, что определяет степень активности/пассивности человеческого поведения.

В своем исследовании при оценке экономического поведения российской молодежи мы изучали такие важные составляющие как ценностные установки, профессиональные ориентиры, состояние и уровень адаптивности учащейся молодежи.

В ходе исследования в системе ценностей учащейся молодежи были выявлены их понимания о выражении жизненного успеха. К ним были отнесены: деньги (84,3%); полезные связи в обществе (76,1%); умение достигать цели, не обращая внимания на общепринятые нормы (59,9%); проживание в мегаполисе (52,2%).

В системе ценностей среди студентов выявлены неудовлетворенные запросы, которые вызывали напряжение в психоэмоциональной сфере: недостаток материальных благ (69,1%); низкий уровень культуры и воспитания (33,8 %); отсутствие нравственных принципов (25,8%).

Состояние и уровень адаптивности учащейся молодежи. Адаптивность в большинстве научных концепций рассматривается как свойство личности, умеющее развиваться и оптимально взаимодействовать в меняющейся окружающей среде [3].

На сегодняшний день одним из факторов успешной адаптации человека является наличие у него таких качеств, как профессиональная компетентность, стрессоустойчивость, самостоятельность и предприимчивость. Уровень адаптивности личности в современных условиях общества имеет связь между социально-экономической сферы страны и перспектив самореализации в условиях рынка.

Оценка учащейся молодежью социально-экономической сферы связана:

с материальным положением. Свое материальное положение большинство молодежи оценило как «среднее» (69,6%);

степенью удовлетворенности жизни. Для большинства молодежи оно оценивалось как «среднее», и часто «не устраивает» (57,2%);

оценку состояния экономического развития страны. Большинство студентов оценило развитие страны как «слабое» (75,4%).

Для оценки перспектив самореализации в условиях рынка выделены следующие индикаторы:

готовность современной российской молодежи к занятиям предпринимательством (41,4%).

гарантированный стабильный доход вместо высокого и нестабильного (65,4%).

В ходе исследования выявлены основные установки российской молодежи относительно:

работы по специальности. После окончания обучения в большинстве работает по другой профессии (57,9%); «работа по специальности» - не важный критерий, главное найти работу (53,4 %);

уровень заработной платы. После окончания вуза в первый год большинство молодежи планируют устроиться на работу, где размер заработной платы составляет 21000-25000 рублей (59,4%);

«сколотить» состояние (разбогатеть -79,3%).

Установки относительно увеличения и улучшения материального благосостояния осуществляются молодежью на основе трех групп критериев:

стартовый капитал родителей, их связи, поддержка (61,3%);

высокая должность, власть, связи (56,2%);

везение и счастливый случай (54,3%).

Выводы. Таким образом, результаты исследований дают основания предположить, что основным направлением повышения экономической активности молодежи должна стать ориентация молодежи на создание собственного благосостояния посредством реализации своих трудовых мотиваций. В неотъемлемой связи должны решаться проблемы труда, занятости и экономического поведения молодежи, которая должна решаться на государственном уровне.

Библиографический список

1. Даффлон Д. Молодежь в России: портрет поколения на переломе // Вестник общественного мнения. 2008. No 5 (97). С. 21.
2. Двадцать лет реформ глазами россиян. Аналитический доклад. М.: И-т социологии РАН, Представительство Фонда им. Ф. Эберта в РФ, 2011. С. 272.
3. Зоркая Н. Современная молодежь: к проблеме «дефектной социализации» // Вестник общественного мнения, 2008. No 4 (96). С. 17-19.
4. Савинова А. Н. Стратегии поведения выпускников вузов на рынке труда: дис. ... канд. социол. наук. — Самара, 2006. - 196 с.
5. Сорокин Питирим. Человек. Цивилизация. Общество. - М., 1992.

СТРУКТУРНЫЕ ФАКТОРЫ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Жебун В.А.
г. Москва, Россия

Ключевые слова: социум, страта, социальная иерархия, социальная элита, система ценностей, система потребления

Существует распространённая ошибка – структуру социальной иерархии выстраивают по экономическому принципу, часто – по критерию доходов групп населения. В этих случаях представители самых богатых слоёв населения оказываются на верхних уровнях, а самых бедных – на нижних уровнях. От этих представлений выстраивают современные модели так называемого экономического поведения, адекватность которых весьма сомнительна из-за многочисленных натяжек, к которым вынуждены прибегать исследователи, чтобы оправдать выбранную парадигму.

Строго говоря, в древнем прошлом, в ряде цивилизаций, эти структуры могли практически совпадать, но со временем картина распределения общественного богатства всё больше отдалялась от социальной иерархии, становясь самостоятельной иерархией потребления, где верхний уровень занимали представители элиты, владеющей самыми большими долями общественного богатства. Более глубокий анализ показывает, что иерархия социума в действительности не имеет ничего общего со структурой распределения общественного богатства, из которой исходили экономисты - классики (К.Маркс и др.).

Если заглянуть в историю различных цивилизаций Земли, то можно прийти к выводу, что в разных вариациях, но схожим образом, общество тяготело к 5-уровневой структуре, в основе которой стояла социальная система, состоящая из нескольких основных страт, иерархически связанных между собой (рис. 1).

На первом - нижнем - уровне иерархии располагались представители трудовых слоёв общества, занятые в основном физическим трудом наёмного характера - *производители*.

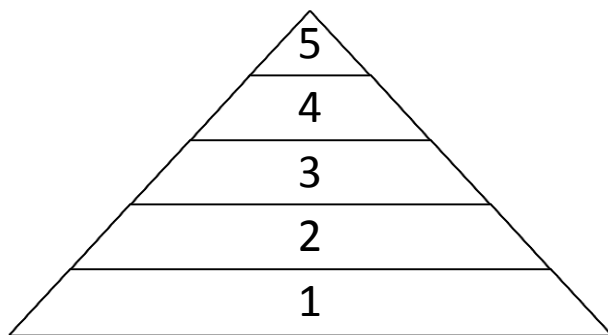


Рис. 1. 5-уровневое распределение страт в социальной иерархии

На втором уровне располагались представители категории общества, занятые товарным производством, продажей и обменом, услугами-*предприниматели*.

На третьем уровне располагались представители властной структуры и их функционеры, занятые только обеспечением власти (чиновники) и защитой власти и общества (военная служба) - *служители*.

На четвертом уровне располагались представители общества, занятые в интеллектуальной, культурной и религиозной сферах деятельности - *мыслители*.

На пятом уровне должны были располагаться *духовные лидеры*, носители глобальной идеи, властители умов, пророки, святые, обладающие необходимой свободой от социума, не зависимые от законов социума, находящиеся как бы вне социума.

Можно рассмотреть примеры иерархий государств в разные периоды их существования, из которых станет понятным, что государственные элиты, за редким исключением, формировались из представителей третьей и четвертой страт – служителей и мыслителей, – независимо от их имущественного состояния. В те периоды, когда элиты формировались из представителей двух нижних страт – производителей и предпринимателей – государство испытывало трудности и кризисы. Причиной тому, прежде всего, являлось несоответствие в системах ценностей и потребностей, свойственных группам, относящимся к той или иной страте. Например, третьей и четвертой стратам социальной иерархии присущ широкий кругозор, хорошее образование, способность к глобальному мышлению, самоотверженность. В их системах ценностей главным является служение государству и идее, общественное стоит выше личного. Первой и второй стратам эти характеристики, как правило, не свойственны. В их системах ценностей доминирует потребление, характерна узость интересов, личный интерес превалирует над общественным. Они не могут оперировать категориями, необходимыми для того типа мышления, который принято называть государственным.

Русская революция 1917 года вызревала, благодаря идеям, рожденным представителями третьей и четвертой страт. Однако она свершилась на плечах нижней страты. Через короткий срок верхние страты старой иерархии были

уничтожены, а их остатки переведены в нижнюю часть новой иерархии, где все вышестоящие уровни были заполнены представителями нижней страты прежней иерархии. Именно из них стала формироваться новая государственная элита. И последние стали первыми.

Однако у представителей новых элит отсутствовали качества, требуемые для этих уровней иерархии, - тот потенциал, который необходим для принадлежности к верхним стратам. Новая элита начала спешно создавать новую идеологию и новую социальную иерархию, формируя новые страты сверху донизу.

Представители бывшей нижней страты принесли с собой свою систему ценностей, реконструированную под новую идеологию, с помощью которой была предпринята попытка приспособить представителей нижней страты к мышлению, характерному для высших страт. В этой идеологии доминировали такие важные пункты как отказ от прежней системы ценностей, отказ от приоритета личного над общественным. Однако способность мыслить простыми приземлёнными категориями не позволяла приобрести необходимые качества и привела лишь к воспроизведению нового квази-монархического строя, но такого, где всё было поставлено с ног на голову. Этот строй мог существовать лишь по каким-то своим законам, напоминающим законы военного времени.

У появившихся в новой иерархии групп квази-служителей и квази-мыслителей среди основных критериев ведущими стали личная преданность и исполнительность. Социальные лифты в новом государстве существовали только для конформистов, не склонных к критическим оценкам, готовых слепо исполнять волю вышестоящего руководителя. Люди талантливые, способные к независимому мышлению, оказались опасными для новой элиты своей независимостью и неуправляемостью. От них либо избавлялись, либо пропускали их через исправительные учреждения, в которых активно использовались технологии подавления личности. В результате было создано государство, где правят хитрые и плохо образованные люди, - государство, способное воевать, но не способное себя прокормить.

Российская революция 1991 года на короткий срок призвала интеллектуальный потенциал существовавших на тот период мыслителей и служителей советского образца, однако последние, в силу своей природы, уже не смогли создать конструктивных основ для строительства новой государственной системы, не смогли породить новую национальную идею. Они быстро исчезли с политической арены, уступив место всё тем же представителям нижних страт, стремительно просочившихся на опустевшие уровни социальных элит. Присущая им система ценностей определила курс их дальнейшего господствования. Они откровенно поставили государство на службу интересам нового господствующего класса.

Этот стремительно сформировавшийся класс начал безудержно обогащаться за счёт присвоения ресурсов и обирания населения, превратившись в класс латентных эксплуататоров.

Отсутствие социальной ориентации в условиях, когда истинные элиты (интеллектуальная, культурная, военная, технологическая) загнаны на нижние уровни потребления, а истинные ценности подменены суррогатными, сегодня определяет социальную психологию российского общества. Потеря ориентиров является основной причиной социальной апатии, которая является опасным предвестником новых потрясений, за которыми последуют либо рекомпозиция государственной системы – либо коллапс.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИХ НОРМ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА

*Королёва Е.Ю., Калашников В.В.
г. Смоленск, Россия*

Ключевые слова: поведение потребителя, факторы, личностные характеристики, ситуация выбора.

Человек проживает в определенной социальной среде, где действуют морально-этические нормы, определяющие его поступки, поведение, отношение к жизни. При этом окружающая человека социально-культурная среда оказывает влияние на его поведение, как экономического субъекта, то есть потребителя разнообразных благ экономики. Возникает вопрос, в какой мере социально-культурные нормы определяют потребительские предпочтения? Как соотносятся между собой морально-этические нормы и желание потребителя, как экономического субъекта, получить максимальную выгоду?

В экономической теории выделяют следующие факторы, оказывающие влияние на поведение потребителя: 1) субъективные предпочтения, 2) бюджетные ограничения, 3) предельная полезность приобретения благ.

Субъективные предпочтения связаны с социальным статусом человека, образом его жизни, видом занятий, культурными нормами, а также с личностными характеристиками отдельных потребителей. Как отмечал А.В. Брушлинский, ситуации выбора между равновероятными альтернативами не возникает [1], поскольку субъект всегда имеет предпочтение той или иной формы экономического поведения, то же самое справедливо и в отношении морально-этических норм – у нравственного человека не возникает проблемы «как поступать», не возникает ситуации выбора между нравственным и безнравственным поступком.

Бюджетные ограничения связаны с уровнем располагаемого дохода потребителя. Это ограниченная величина денежных средств, которую потребитель может потратить на приобретение товаров, работ, услуг.

Полезность товара в экономической теории определяется как потребительский эффект, соотносимый и сопоставляемый покупателем с уплаченными за него деньгами. При этом с каждой приобретенной

дополнительно единицей товара эффект от ее потребления снижается, так как уменьшается потребность в ней. Поэтому полезность является величиной, убывающей до определенного предела. Причем граница такого предела у каждого потребителя своя. Эффект, получаемый потребителем от дополнительно приобретенной единицы одноименного товара, называется предельной полезностью.

В условиях существования бюджетных ограничений и наличия эффекта предельной полезности, потребитель старается сделать рациональный выбор. При этом он старается потратить свой ограниченный денежный доход так, чтобы приобретенный им набор товаров максимальным образом удовлетворял его различные потребности. Чаще всего критерием определения полезности товара для потребителя, помимо его субъективных предпочтений, является цена, которую нужно заплатить за приобретение товара. Каждый потребитель субъективно определяет соотношение полезности от приобретения товара с ценой на него. При этом он стремится уравновесить предельные полезности приобретаемых товаров, составляя для себя соответствующий набор товаров в разных соотношениях. Кроме того, в условиях бюджетных ограничений действует эффект замещения одного товара другим. В данном случае потребитель, вынужденный выбирать между двумя товарами, не имея возможности купить их одновременно, откажется от покупки менее полезного для себя товара в пользу покупки товара с большей полезностью.

Графическая интерпретация выбора потребителем того или иного набора товаров может быть представлена с помощью «кривой безразличия». Точка пересечения данной кривой с линией бюджетных ограничений задает оптимальный набор товаров, максимизирующий полезность. Но данное правило действует в отношении двух товаров. Однако на практике человеку приходится выбирать среди множества приобретаемых товаров и в силу действия психологических особенностей указанное выше правило не соблюдается. Проблема выбора наиболее отчетливо выступила в теоретических построениях Д. Канемана, где центральное место занимал вопрос экономического (потребительского) поведения: «для оценки какого-либо сложного варианта человек формирует интеллектуальную систему представлений, на основе которых определяются преимущества и недостатки, связанные с тем или иным выбором. Рассчитанная в итоге ценность выбора определяется путем сравнения полученных преимуществ и недостатков с контрольными характеристиками исходного состояния. Таким образом, выбор приемлем, если значение всех преимуществ превышает значение всех недостатков» [3].

Товары и услуги, выбираемые потребителем, могут быть разными по своим характеристикам и функциональному назначению. Не редко среди них встречаются и такие товары и услуги, потребление которых противоречит нормам морали и этики, разделяемым обществом. По сути, товаром является то, что можно купить и продать без учета последствий для потребителя. Экономические субъекты, продающие товар, заботятся лишь о своей прибыли.

Для продвижения товаров на рынок производители товаров активно используют приемы маркетинга. Самый распространенный из них – реклама, выступает как воздействие на психологическое состояние потребителя, побуждая его совершить покупку. Наряду с этим, существуют «мягкие» стратегии, апеллирующие к мотивационно-потребностной сфере личности. К числу наиболее распространенных способов внушения (на основе обхода сознания) относится система нейролингвистического программирования (Дж. Гриндер и Р. Бендлер) и техники «троянского обучения» в информационных технологиях, т.е. скрытое обучение другого субъекта тому, что для него невыгодно, вредно, опасно, но соответствует интересам организатора обучения, особенно актуально в среде конкурентов [5].

Кроме всего выше сказанного следует отметить, что во многом выбор потребителя определяется его культурным уровнем и моральными нормами, которые он сам для себя устанавливает в качестве регуляторов своего поведения. Такими нормами регулируются его субъективные предпочтения, а также величины предельной полезности сравниваемых товаров. Поскольку предельная полезность субъективна, она во многом связана с морально-этическими установками личности, а также – с психологическими особенностями. Бюджетные ограничения заставляют сделать выбор, который базируется на предпочтениях, формируемых данными установками.

Таким образом, с одной стороны, существует связь, а с другой стороны – различие между морально-этическими нормами и экономическим поведением человека. Связь проявляется в следующем:

потребительские предпочтения формируются на базе морально-этических норм общества,

морально-этические нормы определяют возможность приобретения человеком тех или иных товаров.

Различия проявляются в следующем:

экономические субъекты стремятся увеличить свой доход в ущерб другим субъектам, что побуждает развитие конкуренции вместо сотрудничества и взаимопомощи,

потребности иногда идут вразрез с морально-этическими нормами в силу психологических особенностей отдельных личностей (девиантное поведение).

Библиографический список

1. Брушлинский А.В. Субъектно-деятельностная теория и ситуация выбора // Культурно-историческая психология развития. — М., 2001. С. 26-34.
2. Камаев В. Д. Экономическая теория: учебник для студентов высших учебных заведений/ под ред. В.Д. Камаева.-6-е изд., перераб. и доп. – М.:ВЛАДОС.-2001.- С.110
3. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. – 2003. – Т. 24. — № 4. — С. 31-42
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Ф. Котлер.- М.: 2007.- С. 220.
5. Подъяков А.Н. Противодействие обучению конкурентов и троянское обучение в информационных технологиях // 1-ая Международная конференция по бизнес-информатике. Труды международной научно-практической конференции, 9-11 октября 2007 г. Звенигород, 2007. С. 261-269.

SWOT-АНАЛИЗ В ВЫЯВЛЕНИИ БАРЬЕРОВ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ И МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ

*Майсак Н.В., Майсак О.С.
г. Астрахань, Россия*

Ключевые слова: девиации специалистов, субъективные факторы, объективные условия, SWOT-анализ, стратегии развития организационно-профессиональной среды.

Профессиональная деятельность как социально ценная область приложения физических и духовных сил человека позволяет специалисту приблизиться к личностному идеалу и достичь вершины своего мастерства на основе соответствия деятельности профессионально-этическим и организационным нормам. Однако путь развития специалиста к достижению акме может сопровождаться барьерами, которыми выступают жизненные и профессиональные кризисы: кризис нереализованности, опустошенности, бесперспективности, коррекции жизненных планов и др.

Л.М.Митина (2004) подчеркивает, что выход из кризиса может быть как **продуктивным**, способствующим преобразованию личности и достижению ею нового уровня мастерства (новаторство, изобретательство, стремительная карьера, социальная и профессиональная сверхнормативная активность, освоение новой специальности в рамках профессии и пр.), так и **деструктивным** (цинизм и маргинализм, девиантные поступки и противоправные действия, алкоголизм, депрессия, развитие деформаций и деструкций; утрата профессиональной идентичности, депрофессионализация и др.). Таким образом, криминальные и некриминальные девиации как отклонения специалистов от социально-правовой и этико-профессиональной нормы могут выступать непродуктивным способом разрешения кризиса и барьером на пути к достижению профессионализма. Причинами кризисов профессионального развития становятся не только **субъективные факторы** (несформированность профессионально важных качеств, специфические установки и заблуждения, профессиональные заболевания, выгорание и пр.), но и **объективные условия** воздействия окружающей среды в настоящем или прошлом опыте человека (Зеер Э.Ф., 2005).

Так, факторный анализ позволил выявить у учителей и врачей как представителей социально значимых профессий с деонтологическим статусом такие «весомые» девиативные тенденции, как личностно-профессиональная дезадаптация на фоне дистресса и склонность к девиациям при дефиците волевого контроля и/или при низкой мотивации (Майсак Н.В., 2013). При этом профилактика девиаций специалистов должна строиться с учетом факторов организационно-профессиональной среды: ее сильных (Strengths) и слабых (Weaknesses) сторон, возможностей (Opportunities) и угроз (Threats). Поэтому для выявления факторов, способствующих формированию барьеров на пути к развитию специалистов, а также для построения стратегий профилактики

девиаций специалистов нами был применен SWOT-анализ педагогической и медицинской организационно-профессиональной среды с использованием программного продукта «Подсистема автоматизации SWOT-анализа» (Майсак О.С., Ветрова А.А., 2010). Экспертами в SWOT-анализе выступили 58 специалистов в возрасте от 27 до 64 лет (31 врач и 27 педагогов); их состав отражал признаки генеральной совокупности описываемых профессиональных групп на территории Астраханской области.

В группе педагогов SWOT-анализ выявил преобладание суммы угроз и слабостей над силами и возможностями ($T+W=9,53+4,95=14,48$, а это больше, чем $S+O=7,21+4,60=11,81$). Для педагогической среды опасными явились такие «угрозы», как безразличие властей, неуверенность в завтрашнем дне, низкий уровень вознаграждения за труд и падение престижа профессии, что способствует кризису гратификации. Среди «слабостей» выявлено снижение мотивации к педагогической деятельности и качества работы из-за чрезмерной занятости; распространенность психосоматических заболеваний и состояний хронического стресса; недостаточная компьютерная грамотность, что связано со стагнацией. При этом проявлениями «сил» являются хорошие педагогические традиции, любовь к учительскому делу, гуманность, высокий уровень подготовки и постоянное самообразование, чему способствуют «возможности» раскрытия личностно-профессионального потенциала благодаря самообразованию, инновационным технологиям и дополнительному заработку.

В группе врачей SWOT-анализ показал, наоборот, преобладание суммы сил и возможностей над слабостями и угрозами: $S+O=8,02+5,73=13,74$ больше, чем $W+T=4,79+7,02=11,8$. Следовательно, среди испытуемых врачей имеет место оптимистичный прогноз развития медицинской организационной среды за счет таких «сил», как любовь к врачебному делу, возможность бесплатного повышения квалификации и стремление к профессиональному росту, а также «возможности» качественного улучшения переподготовки врачей, внутриорганизационного обучения, развития инновационных, компьютерных технологий и материально-технической базы медучреждений. На фоне этих достоинств выявлены такие «слабости», как недостаточность медицинских услуг в сравнении с другими развитыми странами, незнание юридических основ медицинской деятельности, слабая материально-техническая база медучреждений и неумение работать с современной аппаратурой. «Угрозами» для медицинской среды выступает плохая экологическая обстановка, распространенность среди населения социально опасных болезней, низкий уровень вознаграждения за труд, неудовлетворенность результатами профессиональной деятельности и недостаточно развитая правовая база медицинской помощи.

Итак, результаты исследования показали, что барьерами в стратегическом развитии педагогической и медицинской организационно-профессиональной среды выступают: низкий уровень оплаты труда, недостаточное качество профессиональной деятельности, незнание правовых основ, инновационных технологий и методов работы, саботаж инноваций, неудовлетворительный

прогноз развития общества, состояния здоровья населения и экологической обстановки. Выступая факторами социальной фрустрации, они отражают текущее состояние социально-экономического объекта в целом и могут составлять угрозу национальной безопасности.

Поскольку в основе профилактики отклонений специалиста от нормативной линии профессионального поведения должны лежать стратегии реагирования руководства на слабости и угрозы (W+T), нами были определены стратегические ориентиры в обучении и развитии испытуемых представителей профессий с деонтологическим статусом. На основе анализа сил и возможностей (S+O) мы определили следующие стратегии развития профессионала: начиная с обучения в вузе, следует формировать любовь к профессии, гуманные качества, стремление к самообразованию и профессиональному росту на основе открытости опыту и освоению инновационных технологий. С учетом слабостей и возможностей (W+O) были построены стратегии преобразования организационно-профессиональной среды, которые должны начинаться с повышения квалификации специалистов, совершенствования коммуникации, освоения ими юридических основ профессиональной деятельности, материального стимулирования процесса овладения новыми компетенциями и инновационными технологиями при лоббировании интересов педагогов и врачей со стороны государства и разного уровня власти (Майсак О.С., Майсак Н.В., Сагитова Г.Р., 2011).

Результаты корреляционного анализа между факторами SWOT и шкалами психологических тестов («Склонность к отклоняющемуся поведению» А. Н. Орла и «Опросник выраженности психопатологической симптоматики» в адаптации Н. В. Тарабриной) показали, что:

1) психосоматическим проявлениям и дистрессу способствуют признаки бюрократизация образовательного процесса, низкий уровень социально-экономического благосостояния педагогов, неуверенность в завтрашнем дне, пессимистичный взгляд на развитие страны и отечественного образования;

2) нарушению норм и отклонениям в поведении учителей и врачей способствуют снижение мотивации профессиональной деятельности, противодействие инновациям, распространенность психосоматических заболеваний и неустойчивость к стрессу, изменяющая стиль поведения;

3) угрозу распространения в обществе девиаций несут социально-экономическая нестабильность, утрата патриотизма, падение среди населения престижа социально значимых профессий и безразличие со стороны власти к статусу ее представителей.

Выявленные факторы-барьеры должны стать мишенями в психосоциальной работе по профилактике девиативных тенденций специалистов с деонтологическим статусом (Майсак Н.В., 2011, 2012).

ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОБЛЕМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

*Меньшикова М.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: психология потребления, социальная ответственность бизнеса, консолидация социальных институтов

Каждый индивид выступает в качестве экономического субъекта, то есть является потребителем неких материальных благ, большинство индивидов участвует в экономическом процессе также и в качестве производителей этих благ, удовлетворяя потребительские желания других членов общества. Если с данной точки зрения проанализировать развитие человеческой цивилизации, можно заметить неуклонное увеличение объема как производимых, так и потребляемых материальных благ в расчете на одного индивида, а также связанные с этим вопросы противоречия производства и потребления, ответы на которые традиционно ищутся представителями экономической науки, хотя лежат в социально-психологической сфере.

В центре экономических теорий стоит Homo economicus: независимый, эгоистичный, рациональный, информированный, описанный в «Богатстве народов» А.Смита. Подобное описание потребителя могло лежать в основе анализа и прогноза макроэкономической ситуации до тех пор, пока спрос превышал предложение. Наращивание объемов производства с целью удовлетворить потребительский спрос привело к кризисам перепроизводства, заставившим обратить внимание на истинную мотивацию потребителей. Выход из одного из острейших кризисов перепроизводства XX века, предложенный Дж. Кейнсом, заключался в стимулировании потребления как движущей силы экономического процесса, которая обуславливает рост объемов производства. Развитие маркетинга, рекламы, поиск новых каналов стимулирования потребления стали необходимой частью поддержания макроэкономического равновесия.

Из двух сторон экономической деятельности человека потребление стало более важной, чем производство. В результате мы получаем стремление любой ценой увеличить именно потребление, отсюда произрастают коррупция, мошенничество, противозаконные виды бизнеса, игры на фондовых биржах, в казино и игровых автоматах, множество других социальных болезней. Глобальный экономический кризис непосредственно связан с приоритетным положением демонстративного статусного потребления.

Выход из сложившейся ситуации – переориентация на производство и потребление знаний и информации. Такое потребление не может быть демонстративным, но при этом остается статусным, поскольку владение информацией в условиях постиндустриального общества признается одним из важнейших критериев социальной стратификации. Проблема в данном случае

состоит в разработке и внедрении механизмов мотивации и акцентуации когнитивных потребностей.

Переход общества на качественно иной уровень развития может также способствовать преодолению циклического характера развития экономики и предоставить возможность избежать последующих кризисов. Однако современное российское общество характеризуется слишком слабой для этого степенью взаимосвязи между основными социальными институтами. Консолидация структур государственной власти, бизнеса, науки и образования позволит способствовать преодолению социальных болезней, повышению престижа науки, степени социальной ответственности бизнеса, внедрению истинных социальных ценностей, формированию настоящей элиты российского общества.

Представляется возможным обозначить ряд направлений консолидации усилий перечисленных социальных институтов с целью перехода российского общества на качественно новый этап развития.

Со стороны бизнеса это, безусловно, повышение степени его социальной ответственности, а также участие в образовательном процессе, заинтересованность в использовании результатов научных исследований.

Со стороны института образования – это обеспечение возможности непрерывного повышения квалификации специалистов в соответствии с постоянно изменяющимися требованиями современной реальности, внедрение курсов по социальной ответственности бизнеса, разработка системы мотивации к акцентуации когнитивных потребностей, а также разработка и применение новых методов обучения, активизирующих правополушарное мышление обучающихся.

Современное производство, как и современная система образования, использует, в основном, левое полушарие индивидов, в то время как потребление на современном перенасыщенном товарами рынке является чаще всего (кроме потребления товаров первой необходимости) результатом правополушарного мышления. Маркетинговые коммуникации апеллируют к эмоциям потребителей, к их воображению, а не к рациональному мышлению. Потребитель в системе маркетинговых коммуникаций успешных игроков современного рынка рассматривается не как *homo economicus*, а скорее как *homo ludens* - человек играющий: в купоны, бонусы, лотереи, загадки «партизанского маркетинга», *advergames* («рекламоигры», т.е. компьютерные игры, специально выстроенные вокруг определенного бренда по заказу его владельца), да и просто благодаря товарам определенных брендов играющий некую роль в социальном пространстве, подчеркивающий свой существующий социальный статус, либо изображающий желаемый. Ряд исследователей определяют современное общество не как информационное, а как игровое. Таким образом, чтобы наладить эффективное коммуницирование между социальными институтами бизнеса и образования необходимо внедрять новые методы обучения, нацеленные не столько на усвоение «определенной суммы знаний», сколько на выработку у обучающихся умений и навыков оперативно найти необходимую информацию, грамотно применить ее, найти решение

проблемы, причем современные условия требуют, как правило, нестандартного решения. При этом, если рассматривать бизнес исключительно как игру, нацеленную на выигрыш, построить систему образования, ориентирующую на выигрыш любой ценой, социальные проблемы усугубятся настолько, что вопрос будет стоять уже не о выходе из кризиса, а о предотвращении мощнейшего социального взрыва, ставящего под угрозу само существование общества.

Поэтому представляется необходимой также консолидация институтов государства и образования с целью выработки «правил игры» для бизнеса, направленных на уменьшение социального расслоения и решение насущных социальных проблем. Задачи института власти в данном контексте – мотивация бизнеса к социальной ответственности путем снижения налогов при условии участия бизнеса в решении социальных проблем, а также повышение престижа науки и образования при условии соответствия их реальным потребностям современного общества и апелляции к общечеловеческим ценностям в процессе бизнес-обучения.

Социальная ответственность бизнеса не может считаться проявлением некоего альтруизма, а вполне логично вписывается в его изначальную цель максимизации прибыли. Ориентируясь на нужды и запросы конкретных потребителей, производитель приходит к необходимости удовлетворять потребности общества, в котором эти потребители живут. Таким образом, социально-ответственный бизнес предполагает не только удовлетворенность потребителей товарами, но и удовлетворенность общества в целом деятельностью организации-производителя, его вкладом в решение социальных проблем. При этом бренды получают весомый информационный повод для PR и GR-поддержки, привлекают и удерживают лояльных потребителей и, в конечном счете, увеличивают свою долю рынка, прибыль и стабильность бизнеса, значительно уменьшая затраты на прямую рекламу, эффективность которой снижается в современных условиях.

Достаточно новыми явлениями для бизнеса в настоящее время являются концепции корпоративного гражданства и социального предпринимательства. В мировой практике они распространены сравнительно недавно, что обуславливает ряд проблем с точной интерпретацией данных терминов, как среди исследователей, так и среди практиков.

Освещение в рамках управленческого образования новых форм взаимодействия государства, бизнеса и общества, таких как государственно-частное партнерство, корпоративное гражданство, социальное предпринимательство, способно внести весомый вклад в решение данной проблемы, что, в свою очередь должно привести к более активной роли бизнеса в решении социальных проблем, уменьшить степень социальной напряженности, создать условия для равноправного взаимодействия субъектов трех секторов экономики.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОМ ЧЕЛОВЕКЕ И ИДЕАЛЬНОМ БИЗНЕСМЕНЕ¹

*Мужичкова Ю.Е., Коробанова Ж.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: социальная ответственность, личность бизнесмена, нравственные 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, природа которой лежит в особенностях становления данного класса. 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 (Глушач Н.Н.).

Существуют также исследования, посвященные нравственным особенностям бизнесменов. Так, например, отмечается, что мотивы получения прибыли и мотивы благотворительности находятся в постоянном противоречии, вызывают определенное напряжение в самоощущении и восприятии предпринимателей, а в отдельных случаях сказываются на психическом состоянии бизнесменов (Степанова А.И.).

Между тем, предприниматели как социально-профессиональная группа достаточно разнообразна и многолика, что определяется множеством причин: и конкретной сферой предпринимательской деятельности, и степенью развитости бизнеса, и индивидуально-психологическими особенностями предпринимателя. Психологическая защита бизнесменов не отличается ригидностью, хотя нарушить их личностное пространство достаточно сложно. К числу личностных черт, обеспечивающих бизнесменом эффективность, относятся следующие: способность быстро принимать неожиданные решения; умение рисковать; коммуникативная компетентность; агрессивность; интуитивные способности; устойчивость поведенческих и ценностных стратегий в различных ситуациях (Чирикова А.Е.).

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Психологические механизмы социальной ответственности российского бизнеса в сфере финансов», проект № 12-06-00556а.

В нашем исследовании наиболее значимой проблемой представляется то, насколько понятие социальной ответственности согласуется с представлениями об идеальном бизнесмене. В исследовании участвовало 85 человек.

Для оценки характеристик идеального бизнесмена и социально-ответственного человека мы использовали опросник составленный по методике семантического дифференциала Ч. Осгуда и опробированный в предыдущих исследованиях (Коробанова Ж.В., Мужичкова Ю.Е.).

На Рисунке 1 представлены результаты опросника, представления об идеальном бизнесмене сопоставлены с образом социально-ответственного человека.

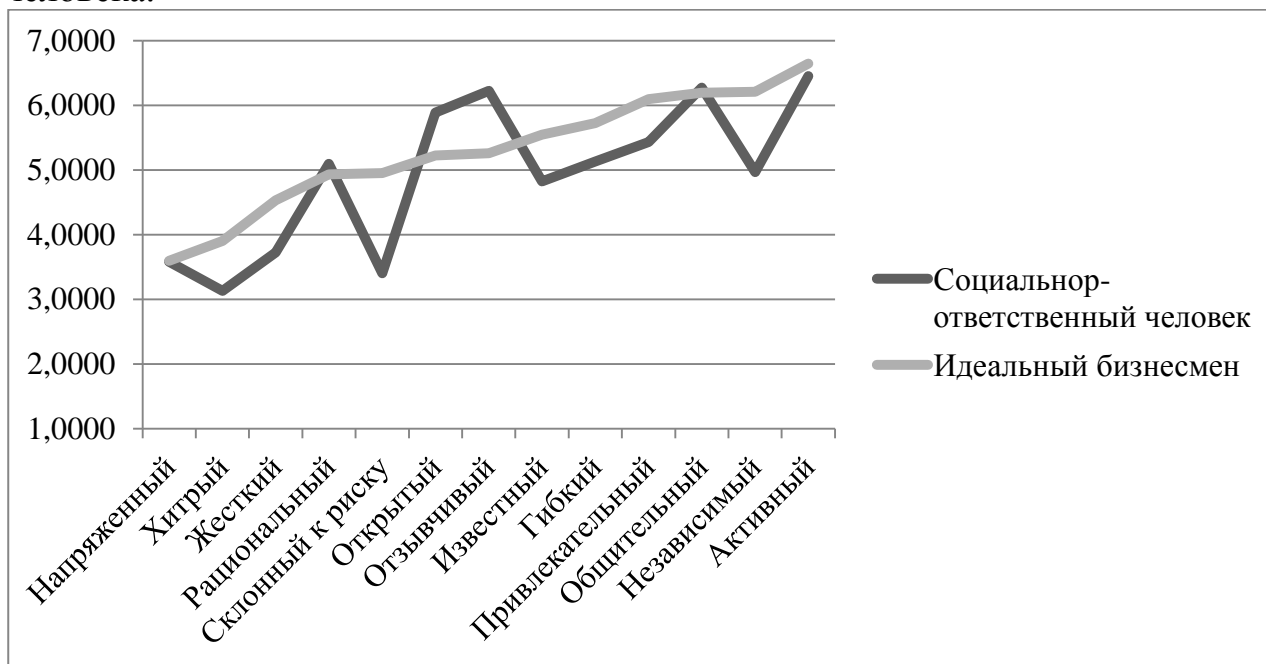


Рис. 1. Представления о социально-ответственном человеке и идеальном бизнесмене

Как видно на Рисунке 1, профили идеального бизнесмена и социально-ответственного человека расходятся по многим параметрам, а совпадают только по характеристикам «Напряженный», «Рациональный», «Общительный», «Активный». То есть сходство выражается больше в манере поведения и способе анализа информации. Что касается личностных характеристик и мотивации, то здесь наблюдается больше различий.

Таблица 1.

Значимые различия в представлениях о социально-ответственном человеке и идеальном бизнесмене

Название шкалы	t-критерий	Значимость различий (p)
Хитрый	-2,414	,019
Жесткий	-3,151	,003
Склонный к риску	-5,697	,000
Открытый	2,951	,004
Отзывчивый	4,592	,000
Известный	-2,602	,012
Гибкий	-2,005	,049
Привлекательный	-4,550	,000
Независимый	-6,208	,000

Данные были проанализированы с помощью критерия Стьюдента (Таблица 1), вследствие чего выявлены значимые различия по следующим характеристикам: «Жесткий», «Склонный к риску», «Открытый», «Отзывчивый», «Привлекательный», «Независимый». Различия на уровне тенденции были выявлены по следующим характеристикам: «Хитрый», «Известный», «Гибкий».

Таким образом мы видим, что идеальный бизнесмен представляется более жестким и хитрым, склонным к риску, более независимым и гибким, более известным, чем социально-ответственный человек. В то же время идеальный бизнесмен менее открыт и отзывчив, чем социально-ответственный человек. Представляется интересным тот факт, что респонденты считают социально-ответственного человека менее привлекательным, чем идеального бизнесмена. Данный факт нуждается в дальнейшей проверке и уточнении. Также в дальнейшем предполагается соотнести профили известных бизнесменов с профилем социально-ответственного человека, а также изучить представления отдельных профессиональных категорий (в частности представления самих предпринимателей) о соотношении понятий «идеальный бизнесмен» и «социально-ответственный человек».

Библиографический список

1. Глушач Н. Н. Индивидуально-психологические особенности предпринимателей: автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М, 1998.
2. Коробанова Ж. В., Мужичкова Ю.Е. Представления о личностных особенностях российских бизнесменов // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2013. №3. С. 48– 55.
3. Мужичкова Ю.Е. Взаимосвязь представлений о социальной ответственности бизнеса и ценностных ориентациях личности// Психологія економічного самовизначення особи і спільноти: матеріали І Міжнародного науково-практичного семінару. Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. С.92-95.
4. Степанова А. И. Особенности российского предпринимательства на современном этапе // Успехи современного естествознания, 2008. № 11. С. 44–47
5. Чирикова А. Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал, 1998. Т.19. №1. С. 62-74.

САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ И ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

*Островский Э.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: потребности, деятельность, психика, самоанализ, саморегулирование, труд, общение, менеджмент, эффективность.

Любой вид человеческой деятельности включает в себя две основные составляющие:

материальную, предметно-практическую, направленную вовне, на объекты деятельности, орудия, технологии, средства безопасности, санитарно-гигиенические условия;

духовную, психическую, направленную вовнутрь, на самого субъекта, на обеспечение того или иного объёма необходимой информации, формирование тех или иных чувств, мыслей, оценок, которые неизменно сопровождают любую человеческую деятельность.

Причём внутренняя, духовная сторона деятельности неотделима от внешней, предметно-практической, стороны, постоянно её сопровождает, обеспечивает, дополняет.

Именно внутренняя, сторона человеческой жизни характеризуется психологами с помощью таких терминов как потребности, стимулы, интересы, информация, планирование, принятие решений, регулирование конфликтов, индивидуально-психологические свойства субъектов и др.

Признавая высокую степень одухотворённости в качестве обязательной характеристики человеческой активности, современная наука с помощью совокупности указанных категорий пытается раскрыть тайну её исключительно высокой эффективности.

При этом особо выделяется такая характеристика человеческой психики как её двухмерность, двунаправленность: во-первых, она направлена на внешний мир, объект деятельности «большой космос» и включает в себя информацию об этом мире; во-вторых, она ещё направлена и на самого субъекта, на тот «малый космос», которым является сам человек

Новое поколение учебных планов высшего профессионального образования предполагает овладение выпускниками вузов, в том числе и экономических, соответствующими психологическими знаниями и компетенциями. Эта подготовка обеспечивается не только курсом общей психологии, но также и рядом прикладных дисциплин, таких как «Социальная психология», «Экономическая психология», «Психология управления», «Деловые коммуникации», «Конфликтология», «Персональный менеджмент». Эти дисциплины занимают всё большее место в программах подготовки современного экономиста, менеджера.

В этом перечне курсов психологического профиля важное место принадлежит дисциплине «Персональный менеджмент».

Персональный менеджмент, или самоменеджмент (от англ. self-management), – есть основанная на практическом опыте теория самопознания и саморегуливания руководителя с целью достижения высшего уровня профессионального мастерства, или акме (от греч. – вершина).

Таким образом, специфика данной дисциплины, её отличие от других прикладных психологических дисциплин состоит в том, что она направлена преимущественно на развитие самого субъекта управления, обеспечение его самоконтроля, самоанализа, саморегулирования.

Накопленный опыт преподавания этой проблематики показывает необходимость в первую очередь осознания её теоретической и практической значимости. При этом важно учитывать, что проблема самопознания издавна интересовала людей, над ней с древнейших времён размышляли многие философы, психологи. Великий Сократ постоянно призывал своих учеников «познать самого себя». Выдающийся мыслитель средневековья Августин

Блаженный, подчёркивая сложность этой задачи, определял духовный мир человека как таинственное « Царство Божие внутри нас». Позитивные возможности самопознания видели и многие деятели культуры России. Отечественный философ XVIII в. Григорий Сковорода учил своих читателей верить в то, что «ценнейшее тебе найдёшь ты сам в себе». Николай Бердяев в своей книге «Самопознание» (Париж, 1949) обосновал мысль о том, что смысл любой работы по самопознанию состоит в отыскании наилучшего соответствия между личными способностями человека и теми реальными условиями, которые даны ему судьбой. Подобная идея содержится и в сокровищнице русской народной мудрости, она записана Владимиром Далем в следующей чеканной формулировке: «Не ищи в селе, а ищи в себе».

Опираясь на эти установки русской и мировой культуры, современная психология продолжает исследование проблемы самопознания применительно к той конкретной ситуации, в которой оказался современный работник. Причём актуальность этой проблемы сегодня осознаётся всё шире не только на уровне теоретиков, но и практиков. Так, известный финансовый деятель Джон Сорос в своей книге «Алхимия финансов» (1997) пишет: « Как только я осознал сам факт своего существования, я начал испытывать страстное желание понять его и я рассматривал понимание самого себя как центральную проблему, которую требовалось понять».

Учитывая потребность в самопознании, современная психология стремится привлечь внимание практиков к решению следующих проблем:

осознание высокой значимости для работника любой сферы деятельности решения задачи самооценки своих интеллектуальных, волевых и других способностей в целях их оптимальной реализации в конкретных условиях той или иной организации. В решении этой задачи следует опираться на соответствующие психологические тесты, которые, в частности, помогут выяснить нашу принадлежность к двум разным типам самопознания: частному или общественному.

понимание необходимости корректировки первых итогов самопознания путём использования самого надёжного инструмента самооценки, каким является общение с подчинёнными, коллегами, партнёрами. Поскольку самоанализ при всём его значении всё же остаётся формой индивидуальной деятельности, именно общение выступает в качестве наиболее надёжного критерия правильности проведённого самоанализа своих способностей. Чем разнообразнее формы общения, тем полнее реализуются его разнообразные, в том числе и оценочные функции.

учёт того, что вся работа по самопознанию и последующая за ней работа по саморегулированию будет более эффективной, если она будет подчинена определённым целям. Важно уяснить, какие именно из наших способностей и задатков нужно развивать. Причём важно умение видеть не только свои позитивные качества, но и учитывать свои слабые стороны, недостатки. Развитие своих позитивных и избавление от негативных качеств является первостепенной задачей саморегуляции.

необходимость для каждого работника чёткого планирования своей деятельности, включая не только его производственную деятельность, но и личную жизнь. Не следует забывать, что альтернативой планированию может быть только состояние неорганизованности и беспорядка, порождающие чувства тревоги, беспокойства, неуверенности в своих возможностях. Именно подобные ситуации часто служат причиной тяжёлых стрессов.

постоянное внимание к поддержанию своего физического и психического здоровья. Сегодня каждому работнику необходимо чёткое представление о способах поддержания высокого уровня своей деловой активности, здоровья, знание методов психологической защиты от опасности деструктивного стресса.

Решение задач, самопознания, саморегулирования становится сегодня важнейшим условием развития экономики, важнейшей предпосылкой укрепления позиций эффективного менеджмента. Именно поэтому самые авторитетные отечественные и зарубежные специалисты по современному менеджменту всё настойчивее проводят мысль, что сегодня для успеха любого дела, нужно прежде всего научиться управлять собой.

Библиографический список

1. Васильева И.Н., Островский Э.В. и др. Персональный менеджмент и организация делопроизводства – М.: Вузовский учебник, 2009.
2. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощённый менеджер. Пер с англ. – М.: Дело, 1991.
3. Островский Э.В. Психология менеджмента – М.; Вузовский учебник, 2014.
4. Резник С.Д. и др. Персональный менеджмент. – М.: Инфра-М, 2002
5. Швальбе Б., Швальбе Х. Личность, карьера, успех. Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1993.

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ДЕНЬГАХ В КОНТЕКСТЕ ПРЕОБЛАДАЮЩЕЙ МОТИВАЦИИ ЛИЧНОСТИ

*Пацакула И.И., Иванихин А.А., Щербакова Н.А.
г. Калуга, Россия*

Ключевые слова: трудовая мотивация, представления о деньгах, личностные смыслы.

Произошедшие в России на рубеже 80-90-х годов прошлого столетия социально-экономические и политические изменения определили кризис прежней системы ценностей, выявили необходимость перестройки не просто стиля поведения, но и образа мышления, намечается тенденция не просто изменения общественного сознания - встал вопрос изменения российского менталитета в целом. Перемены, происходящие в России в конце 20 века, в очередной раз приводят к тому, что изменяется уже не только экономика, но и сознание, образ мышления, мировидение, то есть менталитет россиян, происходит переоценка ценностей, происходит пересмотр всей системы нашей культуры. Возникает вопрос, насколько происходящие изменения отражаются на представлениях россиян о деньгах в контексте их трудовой мотивации.

В связи с этим, нами было проведено изучение представлений о деньгах с учетом мотивации к труду у работников образования одного из колледжей, расположенного на территории Калужской области. В исследовании приняли участие 40 преподавателей, средний возраст опрошенных 51,2 года.

С целью актуализации слов – реакций и выявления семантических составляющих понятия, нами был проведен ассоциативный эксперимент. Респондентам предлагалось назвать как можно больше понятий, которые ассоциируются у них со словом «деньги». Необходимо было написать любые ассоциации. В данном задании респонденты указали, в среднем, по 5–7 понятий, связанных с понятием «деньги». Обработка полученных результатов осуществлялась методом контент-анализа. Нами определялась относительная частота упоминания для каждой смысловой категории, выраженная в процентах. Ниже приводим содержательные характеристики категорий контент-анализа, выделенные нами при анализе ассоциаций на понятие «деньги».

Обработка полученных результатов исследования позволила увидеть наиболее очевидные смысловые единицы содержания представлений работников образования о деньгах. Содержание выделенных категорий контент-анализа:

• **Деньги, как средство обращения** (данная категория включает 12% от всех ассоциаций). К данной категории относятся ассоциации, связанные с пониманием сути денег: заработанная плата, пенсия, доход, работа.

• **Деньги, как средство платежа** (данная категория включает 38% от всех ассоциаций). *Подкатегория покупки*: деньги – товар – деньги, покупки, магазин, еда, покупка новой мебели, купить автомобиль, дом, новая одежда, жилье, квартира, ремонт, достойное жилье. *Подкатегория платежа*: обучение, образование, коммунальные услуги, учеба, платежи, платить налоги, оплата счетов. *Подкатегория отдых/путешествия*: отдых, путешествие, путевка, туристическая поездка, встречи с друзьями, поездки, дорога и путешествия, отпуск, ресторан, ужин, средство развлечения. *Подкатегория медицина/здоровье*: медицина, лечение, здоровье, санаторий, лекарство, таблетки. *Подкатегория кредитные деньги*: банк, кредит, кредитная карта, сбербанк, ипотека.

• **Деньги, как средство накопления** (данная категория включает 3% от всех ассоциаций): сберегательная книжка, деньги – как накопление, сбережение, хранение в банке, счет в банке, «черный день».

• **Деньги, как банкноты** (данная категория включает 11% от всех ассоциаций): доллар, евро, монеты, банкноты, рубли, гривны.

• **Деньги, как состояние** (данная категория включает 28% от всех ассоциаций): достаток, благосостояние, успешность, обеспеченность, подарки, уверенность в будущем, материальное благополучие, материальная помощь, возможности, успех, стабильность, благополучие, престиж, надежность, богатство, польза, карьера, ценности, положение, власть, помощь, зависимость, необходимость, счастье, настроение.

• **Поговорки, крылатые выражения** (данная категория включает 7% от всех ассоциаций): деньги – зло, средство существования, эквиваленты матери-

альных благ, не все мереться деньгами, уверенность в завтрашнем дне, не в деньгах счастье, деньги – это труд, деньги – зеркало души.

• **Деньги, как криминал** (данная категория включает 1% от всех ассоциаций): коррупция, воровство, криминал, разборки, убийство, бандиты.

Таким образом, большинство из опрошенных (38% респондентов) рассматривают деньги как средство платежа. В представлениях этой группы опрошенных деньги опосредуют движение товаров, капитала. Незначительно представлены ассоциации, связанные с накопительной функцией денег (о ней вспомнили лишь 3% опрошенных) и их возможной криминальной направленностью (об этой особенности денег отметили лишь 1% опрошенных). Вероятно, накопление не является актуальной потребностью в настоящее время среди этой группы опрошенных, 28% респондентов связывают деньги с состоянием, которое обеспечивает успешность, обеспеченность, уверенность в будущем, дает определенные возможности, успех, стабильность и благополучие.

Затем были проанализированы ответы опрошенных по мотивационному тесту В.И.Герчикова. Результаты свидетельствуют о следующем. У опрошенных представлены все пять типов мотиваций (инструментальный, профессиональный, патриотический, хозяйский, люмпенизированный).

Наиболее преобладающими типами мотивации оказались профессиональный тип мотивации – (на первом месте – 28%) и инструментальный тип мотивации (на втором месте – 23%). Это означает, что 28% респондентов ценят в работе ее содержание, возможность проявить себя и доказать (не только окружающим, но и себе), что могут справиться с трудными заданиями, которые не каждому посильны. Респонденты этого типа мотивации предпочитают самостоятельность в работе и отличаются развитым профессиональным достоинством. Для 23% респондентов сама работа не является значимой ценностью и рассматривается только как источник заработка и других благ, получаемых в качестве вознаграждения за труд. Но их интересуют не любые деньги, а именно заработок, поэтому респонденты данного типа мотивации будут работать с максимальной отдачей, если его труд будет справедливо и высоко (в их понимании) оплачиваться.

Наименее представленными оказались патриотический и люмпенизированный типы мотивации (соответственно по 18%), это свидетельствует о том, что респонденты патриотического типа мотивации, это люди, преследующие целью своей деятельности принести другим людям добро и гуманизм. Их интересует участие в реализации общего, очень важного для организации дела. Им свойственна убежденность в своей нужности для организации. Они отличаются готовностью взвалить на себя дополнительную ответственность ради достижения результатов общего дела. Для них важно общественное участие в общих достижениях.

Респонденты люмпенизированного типа мотивации обладают очень слабой мотивацией к эффективной работе. Как правило, у них низкая квалификация и они не стремятся повышать ее; они безответственны и стараются избежать любой работы связанной с личной ответственностью; сами не про-

являют никакой активности и негативно относятся к активности других. Их основное стремление – минимизировать свои трудовые усилия на уровне, допустимом со стороны непосредственного руководителя. Для улучшения своего положения и благосостояния респондентам данного типа мотивации остается надеяться только на благоприятное стечение обстоятельств и благосклонность руководителя.

Наименее выраженным типом оказался хозяйский тип мотивации (его имеют 13% респондентов). Это свидетельствует о том, что респонденты с таким типом будут выполнять свою работу с максимальной отдачей, не настаивая на ее особой интересности и высокой оплате, не требуя ни дополнительных указаний, ни постоянного контроля.

Проведенное нами исследование показало, что в представлениях работников педагогического труда деньги, в первую очередь, - это возможность оплатить услугу или товар. Возможность иметь деньги представляется как состояние, которое обеспечивает успешность, обеспеченность, уверенность в будущем, дает определенные возможности, успех, стабильность и благополучие. При таких представлениях о деньгах, 28% опрошенных все еще могут быть профессионалами: они ценят в работе ее содержание, могут справиться с трудными заданиями. А для 23% опрошенных сама работа уже не является значимой ценностью и рассматривается только как источник заработка и других благ, получаемых в качестве вознаграждения за труд. При этом, мало кто из опрошенных готов работать с полной отдачей, не настаивая на ее особой интересности и высокой оплате. Немного среди педагогов оказалось и таких, кто отличается готовностью взвалить на себя дополнительную ответственность ради достижения результатов общего дела.

ДЕНЕЖНЫЕ ТИПЫ И МОНЕТАРНЫЕ АКЦЕНТУАЦИИ

*Семенов М.Ю.
г. Владимир, Россия*

Ключевые слова: деньги, отношение, потребность, денежные типы, акцентуация.

Психологическое описание денежного поведения людей в исследованиях представляется через денежные типы. Выявленные на клиническом материале особенности отношения к деньгам и денежного поведения представлены в норме в виде чрезмерного усиления или акцентуаций отдельных его характерных черт. Таким образом, отношение к деньгам и поведение может быть утрировано, акцентуировано. Монетарные акцентуации – это выраженные особенности дисгармоничного отношения к деньгам человека. Денежные акцентуации личности проявляются в различных контекстах межличностного общения и, прежде всего, в семейных отношениях, а также в отношениях между людьми на работе.

Оливия Мелани в своей классификации выделяет пять денежных типов людей.

Накопитель. Люди такого типа счастливы от использования денег, они не представляют жизни без растрат. Деньги для них означают собственную власть и достоинство, их отсутствие может вызвать депрессию. Хотят получать много денег за малое время, однако постоянная забота о своих деньгах вызывает у них большое напряжение, и они могут искать успешного помощника для заработка еще более больших денег.

Скряга. Люди такого типа постоянно следят за своими финансами и тяжело с ними расстаются. Любые траты для них кажутся легкомысленными. В инвестировании их больше интересует не доход, а безопасность собственных вложений. Стараются держать деньги поближе к себе, не доверяя банкам, даже могут хранить деньги в матрасах и прочих тайниках.

Избегающий тип. У людей такого типа часты проблемы с оплатой счетов или уплаты налогов. Они не следят за своими деньгами и не занимаются их инвестированием, даже если есть хорошая возможность. Они не умеют обращаться с деньгами. Финансовые операции могут вводить их в ступор, словно решение сложных математических задач. Могут с презрением относиться к денежным аспектам своей жизни, однако в большинстве своем переживают свою недостаточность в этом плане.

Денежный монах. Люди данного типа считают деньги злом. Причисляются к беднякам, и любой неожиданный приток денег вызывает у них стресс. Считают, что деньги могут лишить их ценностей, и предпочитают тратить деньги на социально-одобряемые вещи, которые отражают их ценности. В деньгах видят только плохое.

Расстратчик. Люди данного типа любят тратить деньги на сиюминутные удовольствия. Им сложно копить деньги, они предпочитают тратить их сейчас. Часто тратят все, что зарабатывают и берут в долг. Им сложно соотносить свои доходы и расходы.

О.С. Дейнека также выделяет пять денежных типов: "Скряга", "Транжир", "Денежный мешок", "Торгаш", "Игрок". При заметном сходстве описанных типов можно заметить и отличия.

Переход от денежной типологии к количественным описаниям отдельных характеристик монетарных отношений позволяет строить многомерную модель отношений людей к деньгам. Мы полагаем, что в основе параметров денежных акцентуаций могут использоваться степень выраженности виды потребностей, связанных с деньгами: получение денег, обладание деньгами, сохранение денег и расходование денег. Кроме того, каждому виду акцентуаций свойственны ведущий денежный мотив, определенный личностный смысл денег и типичное поведение.

Алчный тип характеризуется высокой потребностью в получении денег. Основной мотив – иметь больше, насыщение. Деньги олицетворяют власть и чувство собственного достоинства. Типичное поведение – требует, хочет больше денег, забирает.

Тип *скряга* характеризуется высокой потребностью в обладании и сохранении денег. Основной мотив – безопасность. Деньги олицетворяют стабильность, уверенность. Типичное поведение – сберегает, контролирует, копит, держит до последнего.

Тип *торгаш* характеризуется высокой потребностью в сохранении денег. Основной мотив – чувство превосходства. Деньги олицетворяют стабильность, уверенность, чувство собственного достоинства. Типичное поведение – торгуется, держит деньги до последнего.

Тип *растратчик* характеризуется высокой потребностью в расходовании денег. Основной мотив – гордость, удовлетворение от освобождения от денег. Деньги олицетворяют источник удовольствий. Типичное поведение – берет в долг, не контролирует, легко тратит.

Тип *игрок* характеризуется высокой потребностью в расходовании и в получении денег. Основной мотив – азарт, выигрыш. Деньги олицетворяют ресурс. Типичное поведение – играет, рискует.

Избегающий тип характеризуется низкой потребностью во всех видах денежных потребностей. Основной мотив – снять напряжение, вызываемое деньгами. Деньги олицетворяют источник проблем. Типичное поведение – не контролирует, не умеет обращаться с деньгами, избегает денег.

Тип *аскет* характеризуется низкой потребностью во всех видах денежных потребностей. Основной мотив – снять напряжение, вызываемое деньгами, избежать моральной ответственности. Деньги олицетворяют зло. Типичное поведение – раздает, тратит деньги на благотворительность.

Описанные выше типы определяются тремя основными психологическими характеристиками – выраженностью различных видов денежных потребностей, ведущим мотивом обращения с деньгами и личностным смыслом денег – и имеют специфическое поведение.

Данный подход касается денежного поведения, и при определенных условиях может быть эксплицирован на потребительское поведение (отношение к вещам).

Таким образом, предложено рассматривать денежные типы как вариации денежных акцентуаций личности, определены их основные психологические характеристики.

ПСИХОСЕМИОТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ БРЕНДА В КОНТЕКСТЕ СИМВОЛИЧЕСКОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

*Фоломеева Т.В., Йовчик А.В.
Москва, Россия*

Ключевые слова: психосемиотика, бренд, невербальная коммуникация, потребительское поведение, символическое потребление

Как часть социальной реальности современного человека бренд становится новым средством повседневной обыденной коммуникации. Здесь бренд может выступать как знак, существующие на рынке бренды - как целая знаковая система, а потребление как «систематический акт манипуляции знаками» (Бодрийяр, 2006).

Психосемиотическая функция бренда, как способность передавать информацию о потребителе тем, кто имеет возможность наблюдать факт потребления, и возможность подбора бренда в соответствии с представлениями о связанных с ним значениями делает бренд средством самопрезентации. Однако, при выборе того или иного бренда для включения его в свой образ субъект может руководствоваться как личными представлениями, используя бренд как способ конструирования идентичности для себя, так и теми, которые существуют у аудитории, для воздействия на процесс восприятия своей личности.

Используемые потребителем товары относятся к среднединамическим параметрам, или к социальному оформлению внешности (Лабунская, 2009), а регуляция этих параметров имеет форму конкретных действий по выбору того или иного элемента и включению его в свой образ. Этот выбор может в той степени определяться брендами, в какой они имеют характер разделяемых с окружающими, более или менее строго определенных знаков.

Выделение психосемиотических функций бренда подразумевает определение того, какие значения может транслировать бренд об индивиде, частью образа которого он становится, в ситуации самопрезентации. Символическая природа бренда раскрывается в психосемиотических исследованиях. Основным понятием в рассматриваемом подходе является понятие «знака». Традиционно в семиотике знак определяется как «материальный, чувственно воспринимаемый предмет (событие, действие или явление), выступающий в познании в качестве указания, обозначения или представителя другого предмета, события, действия, субъективного образования. Предназначен для приобретения, хранения, преобразования и трансляции определенной информации (сообщения). Знак имеет определенную структуру, которая включает в себя:

• **план выражения знака** - чувственно воспринимаемую, материальную основу, которую в обыденном языке и принято называть знаком. Ее также называют «означающим», экспонентой знака (Маслов, 1997, с.16), знаковым средством, репрезентантом (Эко, 1998, с.53), **знаконосителем** (Моррис, 2002, с.47).

• **план содержания знака** - то, что знак означает, отраженная в нем информация. Также носит название **десигната** (означаемого) и является семантическим правилом для обозначения знаком конкретного объекта или явления. Сам процесс, в котором нечто функционирует как знак, называется процессом **семиозиса** (Моррис, 2002, с.48).

Хотя в понимании структуры знака психосемиотика во многом опирается на семиотические разработки, в понимании «текста» психосемиотический подход добавляет к лингвистическому анализу (что? и как?), интенциональную сторону (ради чего? и зачем?). Соответственно для психосемиотики знаковое общение понимается как «процесс обмена текстуально организованной смысловой информацией» (Дридзе, 1984, с.50), а сам текст - как «коммуникативно-познавательная единица, т.е. изначально обращенное к партнеру, опредмеченное ментальное образование, «цементированное» коммуникативным замыслом...» (Дридзе, 1996, с.147).

Т.о. выделение психосемиотических функций бренда опирается на анализ конкретной знаковой системы брендов и предполагает рассмотрение ряда вопросов: что является процессом семиозиса, знаком, десигнатом и денотатом; какова сложность знаков в данной системе; как они становятся знаками; какой смысл несут для сторон коммуникации.

Бренд приобретает значения в разных актах семиозиса: *потребитель - товар* и *потребитель - общество*. Выпущенный на рынок товар или услуга обладает определенным набором функциональных характеристик, которые обеспечивают потребителю удовлетворение тех или иных утилитарных потребностей. Совокупность утилитарных и функциональных значений бренда знак, позволяющий потребителю учитывать некоторые характеристики продукта и пользоваться этим знаком. Т.е. на уровне денотации торговая марка является закононосителем, бренд - десигнатом, а все товары, отмеченные данной ТМ - денотатами. В системе коннотации, знак связывается с дополнительными значениями, не имеющими непосредственной связи с денотатом. Он становится знаком второго порядка или, по выражению Барта «двухэтажным сообщением» (Барт, 2003, сс.441-442). Помещение ТМ и товара в определенный контекст, за счет рекламы и маркетинговых коммуникаций, приводит к тому, что образ ТМ - бренд - обогащается коннотативными значениями.

Использование средств массовой коммуникации для позиционирования бренда делает все приобретенные брендом коннотативные значения не только общедоступными, но также воспринимаемыми как общедоступные. Это позволяет бренду выйти из системы коммуникации *потребитель - товар* в систему общественных отношений, где в дискурсе потребления создается образ типичного потребителя. Степень распространенности используемых значений может быть различной. Бренд может выполнять *функцию универсального или индивидуального знака*, в зависимости от того, насколько используемые потребителем значения разделяются окружающими.

ПРАВСТВЕННЫЕ НОРМЫ КАК ФАКТОР, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЙ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

*Чижикина Е.С.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: модернизация экономики, нравственные нормы, материальные и духовные ценности.

Экономика – часть общественного механизма, все системы и части которого взаимосвязаны и взаимодействуют. Следовательно, препятствия на пути к ее модернизации могут быть в сопряженных сферах. Одной из таких сфер и является нравственность.

Целью данной работы является анализ нравственно-этических норм и ценностей как субъективного фактора, препятствующего модернизации экономики России.

Акцент на духовных и нравственных явлениях можно проследить у ряда исследователей.

Так, профессор О.В. Николаев в своей статье в историческом контексте излагает суть этических и морально-нравственных аспектов функционирования экономики. Обосновывается, что национальная экономика России должна базироваться на культурных, духовных и религиозных традициях русского народа.

А.Б. Купрейченко, совместно с другими исследователями, долгое время изучала различные нравственно-психологические факторы экономического сознания руководителей. В частности российских руководителей об этических проблемах их деятельности, критерии доверия и недоверия в деловых отношениях у менеджеров, представления руководителей о мире бизнеса.

В результате установлено, что для современных российских руководителей характерно осознание высокой значимости в их деятельности нравственности и нравственных регуляторов. У значительной части руководителей имеют место амбивалентность и противоречия в нравственных оценках мира бизнеса, денег, отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения. Для снятия противоречий руководителями используются психологические защиты, «размывание» и деперсонализация ответственности за неэтичные поступки, дифференцированное соблюдение нравственных норм по отношению к представителям различных социальных категорий и т. д. (Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б., Тенденции экономической психологии. М., 2012).

В своей статье академик О. Богомолов отмечает, что Россия находится в состоянии кризиса духовности. Нравственность падает, честность и моральный авторитет власти часто оказываются под вопросом. Все это не соответствует требованиям экономического прогресса, а именно – высокой культуры и профессионализма. (Богомолов О. Нравственный фактор социально-экономического прогресса // Вопросы экономики. 2007. N 11).

Самые важные моральные нормы закреплены в государственных законах, и их соблюдение носит принудительный характер. Однако далеко не все нравственные требования и духовные ценности охраняются законами, да и сами законы далеко не всегда соблюдаются.

Здесь сразу же следует оговориться об «особенном» отношении русских к закону. Например, с раннего детства нас учат, что воровать не хорошо. Однако, для большинства людей этот тезис с возрастом и приобретением жизненного опыта становится достаточно абстрактен, оторван от реальности.

Богомолов О. пишет, что доверие партнеров друг к другу – один из моральных устоев рыночной экономики. Сюда относится также и уровень общественного доверия к власти, экономическим порядкам и институтам, людей друг к другу как важный аспект духовно-нравственного климата.

В нашей стране нет доверия не только между партнерами, нет доверия государству, закону, экономической системе в целом. Каждый доверяет и думает только о себе. Думаю не нужно далеко ходить за примером – мы постоянно узнаем о подпольных цехах, заводах, подделывается все – начиная от лекарств и заканчивая продуктами питания. Не говоря уже о сдаче экзаменов, поступлении в ВУЗы и т.д.

По мнению ряда ученых, в российском обществе четко прослеживается приоритет: духовных начал перед материальными; общественных интересов – перед частными, личными; коллективизма – перед индивидуализмом. К этому добавляют неприятие идеи накопительства, узкого меркантилизма и т.п. В российском обществе духовность неотделима от таких понятий, как государственность, патриотизм, привязанность к земле предков.

Соответствует ли это описание сегодняшним дням? Во-первых, многое из перечисленного утрачивается, уступает место эгоизму, индивидуализму, необузданному стяжательству, низкопоклонству перед иностранной культурой и западным образом жизни. В настоящее время мечта многих молодых людей – уехать учиться/жить за границу. Во-вторых, всегда ли мы ведем себя в соответствии с нашими установками? Вспомним парадокс Лапьера, согласно которому наши реальные действия могут не соответствовать нашим установкам.

Сегодня духовную атмосферу в обществе во многом определяет поведение лидеров и правящей элиты. Одно из главных условий доверия к власти и духовного оздоровления общества – их высокий моральный облик – честность, совесть, служение народу, патриотизм, человеколюбие, справедливый суд, неприятие лжи и обмана, скромность и трудолюбие. Если люди, занимающие высшие эшелоны, в состоянии предложить нравственные идеалы, которые могут воодушевить людей, и доказать свою верность им, то это может вызвать мощный прилив душевных сил и творческой энергии во всем обществе. К сожалению, в нашей стране зачастую поведение правящей элиты не соответствует этому описанию. В результате многие негативно настроены по отношению к структурам власти.

Трудно не согласиться с мнением В.Л. Иноземцева. Главный, по его мнению, тормоз состоит в том, что в России нет реальной воли к переменам. Причина этого в том, что современная российская элита – самый крупный

бенефициант отката к сырьевой модели экономики. Ее экономические интересы лежат в сфере эксплуатации природных ресурсов и отчасти определяются сферой финансовых спекуляций. Соответственно у такой элиты нет мотивации для того, чтобы что-то изменять. (Иноземцев В.Л. Демократия и модернизация. Центр исследований постиндустриального общества, Издательство «Европа» 2010).

Очевидно, нельзя успешно решать задачи, направленные на развитие экономики страны, не проанализировав, какие факторы могут этому препятствовать. В результате проведенного анализа выявлены следующие нравственно-этические препятствия:

- несовпадение индивидуальных и корпоративных интересов, с одной стороны, и общенациональных – с другой;
- соотношение материальных и духовных ценностей;
- выбор между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом в пользу первого;
- атмосфера недоверия и подозрительности, снижающая эффективность всей экономики;
- отсутствие мотивации к изменениям;
- недоверие к структурам власти.

РАЗДЕЛ 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ ПО ОТНОШЕНИЮ К ИННОВАЦИЯМ

ВЗАИМОСВЯЗЬ ВОЗРАСТА И ИННОВАЦИОННОСТИ ЛИЧНОСТИ

*Буянова С.М., Мужичкова Ю.Е.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: инновационность, готовность к инновациям, креативность, возрастные различия.

Во многих исследованиях авторы указывают на возраст как на один из значимых факторов, влияющих на инновационный процесс. Причем, возраст выступает как стимулирующий, так и как тормозящий фактор.

Начиная с юношеского возраста происходит расширение временного горизонта – будущее становится главным измерением. Изменяется основная направленность личности, которая может быть обозначена как устремленность в будущее, определение дальнейшего жизненного пути, выбор профессии. Обращенность в будущее, построение жизненных планов и перспектив – «аффективный центр» жизни в юношеском возрасте. В дальнейшем сильные личности в молодости в известном смысле стремятся избегать того, чтобы их жизнь обрела искусственную стабильность. Они активно стремятся к новизне, к переменам и достижениям, «пробе пера». Большая часть молодежи вполне обоснованно считает при этом, что в своих стремлениях «жизнь переменить и перебороть» они еще ничем не рискуют: впереди еще долгая жизнь, которая расставит все по своим местам. Многие молодые люди воспринимают жизнь как авантюру, жизнь сфокусирована на полагании на случай, везение.

Во взрослости же происходит обретение нового чувства времени. Будущее, кажущееся неограниченным в юношеском возрасте и молодости, приобретает границу. На отрезке между 35 и 50 годами время заметно убыстряет свой ход, а прошлое становится с каждым годом продолжительнее. В связи с этим к 50 годам человек менее активно стремится к сильным изменениям в собственной жизни или ищет работу с постоянно меняющимся содержанием.

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.

Таким образом, мы можем говорить о том, что существует связь между отношением, готовностью к инновациям и возрастом человека.

Данные представления подтверждаются проведенным нами исследованием¹. Нами была разработана анкета, направленная на изучение отношения к инновациям как в общем, так и в отдельных сферах (новые технологии, производство и управление предприятием, государственное управление, сфера услуг и сервиса). Анкета была апробирована на выборке, состоящей из 70 человек, среди которых были люди разного возраста (от 18 до 42 лет). Мы разделили выборку на 2 части: студенты (молодые люди в возрасте 18-20 лет) и взрослые (люди в возрасте от 23 лет и старше, имеющие высшее образование и опыт работы). На данной выборке была также проведена методика «Шкала самооценки инновативных качеств личности» (Лебедева Н.М., Татарко А.Н.).

Количественный анализ выявил значимые различия в отношении к инновациям у людей разного возраста. Взрослые достаточно позитивно оценивают инновационные процессы, происходящие в обществе, не связанные с сильными изменениями в собственной жизни, не угрожающие стабильности личности. Взрослые больше, чем молодые люди, ориентированы на конкретный результат, стремятся идти на риск ради достижений, вкладывать деньги в инновационные проекты. Молодые люди склонны позитивно оценивать инновации, как связанные с изменениями в жизни и, так и связанные с общественным укладом, экономикой и наукой. Молодые люди больше, чем взрослые, проявляют креативность, вполне охотно принимают новые идеи, для них важны оригинальность и разнообразие. Они также стремятся создавать и придумывать что-то новое.

Дальнейший корреляционный анализ выявил взаимосвязь между отношением к инновациям в той или иной области и инновационностью личности в зависимости от возраста испытуемых. В Таблице 1 представлены результаты корреляционного анализа вопросов анкеты и шкал методики, оценивающей инновационность личности у людей различных возрастов.

Как мы видим, чем выше показатели инновационности у студентов, тем большую роль государства они видят в поддержке научных исследований, положительно относятся к такому нововведению, как создание Единого портала госуслуг. Чем выше креативность, ориентация на будущее и общий показатель инновационности, тем более положительно относятся к инновациям в способах нематериального стимулирования персонала. Чем выше креативность и общая инновационность, тем в целом более позитивное отношение к инновациям в различных сферах.

¹ Публикация подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по Государственному заданию Финуниверситета 2013 года.

Таблица 1.

Взаимосвязь инновационности с отношением к инновациям в различных сферах у студентов и людей в возрасте 23-46 лет

	Научные исследования должны поддерживать-ся государством	Приобретение энергосберегающих ламп	Рост премии от 20% до 40% по отношению к общему заработку	Ежемесячная публикация о лучшем работнике компании	Создание Единого портала госуслуг	Средний показатель отношения к инновациям в различных сферах
Студенты						
Креативность	,256*			,306**	,300*	,294*
Риск ради успеха	,393**				,262*	
Ориентация на будущее	,373**			,242*	,283*	
Общий показатель инновационности	,405**			,273*	,322**	,282*
Люди в возрасте 23-46 лет						
Креативность		,281*		,309*	,334*	,430**
Риск ради успеха	,447**					
Ориентация на будущее	,295*		,304*			
Общий показатель инновационности	,367**				,306*	,363**

* p<0,05, ** p<0,01

У людей в возрасте 23-46 лет показатели высокие общие показатели инновационности, риск ради успеха и ориентация на будущее соотносятся с видением значительной роли государства в поддержке научных исследований. Чем выше уровень креативности, тем более позитивно относятся взрослые к покупке энергосберегающих ламп и инновациям в способах нематериального стимулирования персонала. Чем выше показатель ориентации на будущее, тем лучше относятся взрослые к нововведениям в оплате труда в сторону увеличения премиальной части (которая зависит от собственных усилий) по отношению к окладу. Чем выше уровень креативности и общий показатель инновационности, тем положительно взрослые относятся к такому нововведению, как создание Единого портала госуслуг. Чем выше креативность и общая

инновационность, тем в целом более позитивное отношение к инновациям в различных сферах, так же, как и у студентов.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что ведущим показателем в отношении к инновациям является креативность и это не зависит от возраста. Что касается возрастных различий, то наблюдается тенденция у молодых людей к творческим проявлениям, новизне, стремление к самоутверждению в глазах окружающих. Чем старше становится человек, тем важнее становится стабильность. Однако уровень инновационности личности определяет ориентацию на конкретный результат, зависящий от собственных усилий.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И ВЗАИМОИНВЕСТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Дедов Н.П.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: инвестирование, кризис, взаимовыгодное инвестирование, потребность, совладание, ответственность.

Современное общество в своем развитии переходит от периода экономической стабильности, благополучия к периоду изменений, кризисов и трансформаций. Мировой экономический кризис наглядно отразил картину данного процесса, определяя стратегии поведения не только отдельных людей, коммерческих организаций, но, и целых государств. Столкновение с финансовыми проблемами и трудностями, побудило множество людей по-новому рассматривать свое социальное положение, принципы существования, возможные действия и поступки. Ранее сформированные социальные стереотипы поведения они вынуждены были пересматривать, создавая, при этом, принципиально новые, которые бы обеспечили им соответствующий уровень благосостояния. В связи с этим наибольшее распространение получили социальные программы, направленные на экономическую социализацию и адаптацию населения. Финансовый «ликбез» включал в себя изучение основ экономики, ее законов, правил, стратегий и способов поведения в социально неустойчивых условиях кризиса. В результате возникла ситуация включения экономических категорий не только в научную психологию, но, и в повседневные отношения между людьми. Человек «экономический», его экономическое мышление получили свой статус и распространение в обыденной жизни населения, устанавливая собственные стратегии взаимодействия. Теперь такие понятия как «выгода», «вклад», «успех», «сбережения» приобрели совершенно новое звучание и интерпретацию. Рост благосостояния населения предопределил его основные потребности и желания.

Как известно, основная задача современных социальных институтов и организаций состоит в том, чтобы создавать наиболее благоприятные условия для жизнедеятельности индивида. Личностные приоритеты, индивидуальные особенности, потребности человека становятся главенствующими критериями и показателями для общества. Для реализации данной задачи разрабатываются соответствующие модели и механизмы, позволяющие в наибольшей степени включать личность в социум, удовлетворять ее основные потребности и желания. Классификация потребностей, разработанная А. Маслоу, устанавливает последовательность их удовлетворения, как отдельной личностью, так и социальными организациями по отношению к ней. В соответствии с данной концепцией, приоритетным направлением в обществе должен становиться принцип, устанавливающий степень удовлетворенности основных потребностей у населения (А. Маслоу). Уровень социального развития государства теперь определяется «потребительской корзиной», ее наполненностью и реализацией. Таким образом, происходит формирование общества «потребления», которое приобретает свой особый социальный образ, а поведение людей, в результате, становится «потребительским» (Ж. Бодрийяр).

Одним из показателей данного общества оказываются специфические особенности комфортного существования конкретного человека, в которой удовлетворяются не только его ведущие потребности, но, и возникают соответствующие условия для их реализации и доступности. Человек, получая возможность приобретать необходимые товары и услуги «здесь и сейчас», экономит как физические, так и психические силы. Благодаря этому у него появляется время для реализации своего потенциала, своих способностей и умений, а значит, он становится самодостаточным, уверенным и успешным. Но, с другой стороны, отмечаются характерные признаки психологической зависимости от приобретаемых товаров и формирование своеобразной социальной «инфантильности».

В рамках социальной программы поддержки общества «потребления» направляются материальные и денежные средства, которые стимулируют поведение людей в сторону приобретения и получения необходимых предметов и товаров, позволяющих переживать удовольствие, радость и другие позитивные чувства. Финансирование такого поведения инициируется государством в виде кредитов, инвестиций и обуславливает специфические особенности взаимодействия между людьми, когда финансовая сторона в отношениях начинает превалировать над эмоциональной, эмпатийной. Идея инвестирования в человека, как особого элемента извлечения и получения прибыли, получила свое развитие в современном научном и практическом менеджменте (У. Баффет).

Термин «инвестиция» происходит от латинского слова «invest», что означает «вкладывать». Инвестирование может быть определено как вложение экономических ресурсов с целью создания и получения чистой прибыли в будущем, превышающей общую начальную величину вложенного капитала. Именно здесь осуществляется практическая, а не теоретическая реализация финансовых вложений. Основная цель инвестиционных вложений или

инвестирования – получение непосредственного эффекта, полезного для инвестора (дохода, прибыли) (В.В. Мухортов).

Большинство государств, осуществляя программу долгосрочного инвестирования населения, ставило перед собой задачу стабильности социально-политического климата, повышения благосостояния людей, увеличения эффективности производственной деятельности организаций и предприятий для последующего получения прибыли. Реализация данной задачи столкнулась с психологическими проблемами, обусловленными сформированными прежде социальными потребительскими установками и особенностями экономического поведения людей. Специфика данного поведения состояла в особом вероятностном прогнозировании, когда предполагаемая прибыль от человека или организации переносилась в далекую перспективу, в то время, как получение им удовольствия от удовлетворения потребностей происходило «здесь и сейчас». Жизнь «взаймы, в кредит», определяющая стиль поведения большинства людей, привела к тому, что возникла проблемная экономическая ситуация – кризис. Дальнейшее «безвозмездное» получение средств оказалось невозможным, и, поэтому, стала формироваться новая стратегия экономического поведения, которая обуславливалась режимом «жесткой» экономии, накоплением и сбережением жизненно важных средств. В результате сформированный прежний стиль потребления вступал в противоречие с новыми вариантами «энергосберегающих» действий и поступков. Возникший социальный конфликт привел к интенсификации политических разногласий, что, в свою очередь «усугубило» развитие и распространение экономического кризиса.

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. Одним из факторов повышающих социальный иммунитет личности состоит в ее непосредственном включении в финансовые отношения, участия в инвестировании и получении прибыли. Взаимоинвестирование как социально-психологический процесс межличностных отношений предполагает не только совместное участие двух или нескольких людей в экономическом пространстве с целью получения взаимной выгоды и прибыли, но, и, целенаправленное стимулирование, мотивирование каждой из участвующих сторон друг друга. 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.

ПРЕОДОЛЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ БАРЬЕРОВ, ВЫЗВАННЫХ ИННОВАЦИЯМИ

*Закиров Р.Ш.
г. Челябинск, Россия*

Ключевые слова: инновация, психологические барьеры, инновационно-ориентированное мышление, четыре уровня мышления.

Развитие фирм в условиях рыночной экономики и активной конкуренции связано с инновациями (продуктовыми, техническими, технологическими и т.п.). Вследствие этого фирма теряет устойчивость и определенность систем деятельности и управления. Растет неопределенность, усложняются задачи управления, которое вынуждено все большее внимание уделять вопросам адаптации к инновациям. Управление фирмой усложняется:

появляются новые задачи, для решения которых недостаточен прежний опыт и навыки;

увеличивается нагрузка на руководителей и на исполнителей;

появляются новые, часто неожиданные ситуации, требующие креативных решений.

Происходит нарушение психологической устойчивости индивида на фирме, обусловленное следующими факторами:

меняется привычность событий, от которых индивид не может отказаться в силу вовлеченности в инновационный процесс;

ускоряется темп изменения событий, обусловленный ускорением процессов внедрения и использования инноваций;

будущее результатов деятельности и самого индивида становится неопределенным.

В результате возникают разрывы (барьеры) в предметно-операционном движении и появляется необходимость осмысления возникающих и преодолеваемых при этом личностных конфликтов. Приведем примеры барьеров при решении инновационных задач:

сложность отказа от традиционной деятельности в пользу новой, требующей дополнительных знаний, навыков, усилий;

неготовность к возможному наличию неучтенных задач, проблем, ситуаций;

неумение принимать решения в условиях большей или меньшей неопределенности, вызванной инновацией.

Конструктивная возможность преодоления такого рода барьеров предполагает методологическую конкретизацию предметной трактовки мышления индивида. Это связано с учетом его интеллектуального и личностного аспектов путем рассмотрения процессов дискурсивного решения творческих задач, к которым, в частности, относится и задача внедрения инновации.

Можно выделить две стороны инновационноориентированного мышления: содержательную, связанную с движением мысли в предметных представлениях о проблемных ситуациях инновационных задач и смысловую, обеспечивающую рефлексивное осознание используемых знаний для компенсации барьеров, возникающих в предметно-операционном движении. Важным является понимание того, что инновационноориентированное мышление осуществляется на четырех уровнях: предметном, операциональном, рефлексивном и личностном. Если не удастся преодолеть барьеры в рамках доминирующего уровня, то возможности их устранения перемещаются на другие уровни. Вершину иерархии образует личностный уровень (нормы, ценности, цели, потребности и т.д.). Рефлексивный уровень обеспечивает процессуальное самоопределение индивида в психологическом поле, создаваемом инновациями. Предметный уровень конкретизирует проблемную ситуацию, создаваемую инновациями через ее специфическое моделирование. Операциональный уровень обеспечивает осуществление необходимых процедур и преобразований, превращающих инновацию из цели в реальность, дающую определенные результаты, однако, не обязательно положительные.

По характеру личностного подхода к инновациям, на наш взгляд, можно выделить пять типов индивидов:

1. «Рационалист» - стремится получить всю необходимую информацию об инновации для обоснования принимаемых решений.

2. «Гештальтист» - строит некоторый образ (модель) объекта инновации и, если он положителен, то принимается решение об активном участии в инновации.

3. «Минималист» - считает, что его знания, опыт и интуиция достаточны и для инновационной деятельности, даже при недостатке информации.

4. «Максималист» - он стремится собрать максимум информации по возможно большему числу ситуаций и проблем, связанных с инновацией, что, на его взгляд, позволяет избежать ошибочных решений и действий.

5. «Оригинал» - для него характерны неожиданные решения, как по объекту инновации, так и по содержанию процесса ее реализации. Это может привести и к крупному успеху и к крупным неудачам.

Формирование рациональной инновационной установки предполагает воздействие на когнитивный компонент установки за счет использования определенной информации об инновации по факторам ее привлекательности.

Данный компонент предполагает, что индивид в результате информационных действий получает ясное и четкое представление о целях, средствах и последствиях инновации для фирмы и в своих действиях основывается на рациональном рассмотрении альтернативных вариантов своих действий, учитывает ожидаемые их результаты.

Эмоциональный компонент отражает определенные чувства, которые индивид испытывает по отношению к инновации. Характер таких чувств определяется, прежде всего, имиджем инновации, который создается у индивида, при:

непосредственном чувственном восприятии объекта;

восприятию знакового представления объекта.

Формируемый комплекс ассоциативных представлений инновации является сложным и весьма устойчивым. Поэтому реализация целевой установки создания положительного имиджа инновации может происходить путем выбора наиболее ярких характеристик последующего формирования у индивида ассоциативной связи между его представлениями и представлением, соответствующим желанию фирмы быстро и эффективно реализовать данную инновацию.

Не менее важным представляется влияние на инновационную установку индивида представления о своем новом будущем, создаваемом в результате осуществления инновации, которую в психологическом смысле можно представить как способ улучшения его будущего за счет решения задач и проблем фирмы. Понимание такого влияния возможно через концепцию «возможного «я». Рассмотрим основные аспекты данной концепции применительно к инновационной установке индивида.

Представление о самом себе (самовосприятие). Необходимо обеспечить осознание индивидом его способности реализовать действия по инновации.

Самооценка/самовнушение. Для индивида характерно наличие высокой собственной оценки, которая объективно повышается после эффективной инновации. Фирма должна содействовать такому ее возрастанию.

Уверенность в себе. Такая уверенность имеет особое значение при инновационной деятельности, обеспечивает принятие и реализацию венчурных проектов. Также следует учитывать, что эффективные инновации повышают уверенность и индивида и фирмы и способствуют их долгосрочным отношениям.

Идеальное «я». Одним из идеалов индивида является представление о себе как об эффективном работнике, постоянно приумножающем свой материальный и интеллектуальный капитал и инновация должна быть представлена средством достижения этого.

В целом, успешность инновационной деятельности и преодоление возникающих при этом психологических барьеров связана с пониманием активности психологических факторов и учетом регулирующей функции рефлексивно-личностного мышления по отношению к его предметно-операционной стороне.

Для этого необходимо соответствующее управление процессом реализации инновации, включающее:

обеспечение соответствия реакции управления темпам психологических изменений персонала фирмы;

ориентацию на различные цели и уровни их достижения, характерные для разных индивидов;

ориентацию на приоритетное достижение основной инновационной цели путем психологической «подстройки» индивидов;

более широкое использование социально-психологических методов.

АНТИИННОВАЦИОННЫЕ БАРЬЕРЫ

Захаренко Т.А.

г. Горки, Республика Беларусь

Ключевые слова: система образования, инновации, психологические барьеры.

Одной из ключевых проблем, не теряющей своей актуальности для системы высшего образования, выступает поиск оптимального сочетания процессов становления студента как субъекта профессиональной деятельности и формирования социально значимых качеств современной личности. Поскольку образование является важнейшим социальным институтом, способным эффективно влиять на сознание молодежи, постольку оно должно становиться главным механизмом развития общества. С тревогой приходится констатировать все более углубляющийся разрыв между уровнем образования, в котором нуждаются работники, и тем, что фактически обеспечивают учебные заведения. Конечно, чисто академические знания нужны и сегодня. Вместе с тем, наряду с академическими успехами, сегодня не менее важно, чтобы специалисты обладали целым рядом других качеств. Для вхождения в общество нужны всесторонне развитые люди с навыками межперсональной работы, не нуждающиеся в постоянном руководстве, способные действовать в условиях неопределенности, вести самостоятельный поиск путей решения сложных проблем, включенных в философию непрерывного образования. Конечно, промышленность нуждается в специалистах-профессионалах, но чистый профессионал, не чувствительный к другим, не умеющий работать в группе, не способный к совместному использованию знаний в большей мере создает помехи, чем приносит пользу на современном предприятии. Именно здесь находится область ответственности гуманитарных дисциплин.

Существующая система образования все еще в основном выполняет функции трансляции знаний предшествующих поколений. Можно сказать, что образование осуществляет подготовку человека к жизни в прошлом или традиционном обществе, а, между тем, ему предстоит жить в будущем – новом, динамическом обществе, которое непрерывно развивается. В этом заключается одно из противоречий образования. Данная проблема может быть решена через модернизацию педагогического процесса. Инновационным считается образовательное учреждение, широко внедряющее в образовательный процесс организационные, дидактические, технические и технологические инновации и на этой основе добивающееся реального увеличения темпов и объемов усвоения знаний и качества подготовки специалистов. Инновация – это, с одной стороны, процесс реализации, внедрения, а с другой – это деятельность по вращиванию новации в определенную социальную практику. В образовании стоит рассматривать инновацию педагогическую деятельность как целенаправленное изменение, вносящее в образовательную среду новшества, улучшающие характеристики образовательной системы; как процесс освоения новшества (нового метода, методики, технологии и т.п.); как поиск идеальных

методик и программ, их внедрение в образовательный процесс и их творческое переосмысление.

Образование – это путь и форма становления целостного человека. Сущность и цель нового образования – это действительное развитие способностей человека, освоение им универсальных способов деятельности и мышления. Современное понятие «образование» связывается с толкованием таких терминов как «обучение», «воспитание», «образование», «развитие». Однако, до того как слово «образование» стало связываться с просвещением, оно имело более широкое звучание. Словарные значения рассматривают термин «образование», как существительное от глагола «образовывать» в смысле: «создавать», «формировать» или «развивать» нечто новое. Создавать новое – это и есть инновация. Таким образом, образование по своей сути уже является инновацией.

Но вот встает вопрос: если инновационные процессы в образовании так положительно сказываются на его гуманизации, индивидуализации, то почему «прогрессивная часть человечества» в лице педагогов предпочитает в большей степени старые традиционные формы обучения и воспитания? В этой связи нам стало интересно, а какие факторы затрудняют освоение и дальнейшее внедрение инновационных технологий в профессиональную деятельность педагога. Слушателям факультета повышения квалификации и переподготовки кадров УО «БГСХА» (18 респондентов) была предложена анкета «Барьеры, препятствующие освоению инноваций». В результате были получены следующие данные: 78% опрошенных полагают, что реализацию инновационного подхода к учебному процессу тормозит недостаточная материально-техническая база учреждения образования; 61% – отсутствие материальных стимулов; 39% – большая учебная нагрузка. Недостаточная развитость материально-технической базы реально влияет на качество учебно-воспитательного процесса. Барьеры «отсутствие материальных стимулов» и «большая учебная нагрузка» можно отнести не столько к внутренней, сколько к внешней мотивации деятельности, то есть активность личности определяется не субъективными внутриличностными факторами («мои» цели, задачи, устремления), а внешними объективными причинами («какое вознаграждение я получу»). Наблюдаемую ситуацию можно объяснить с помощью одной из теорий мотивации – теории ожиданий В. Врума. Теория ожиданий базируется на положении о том, что наличие активной потребности не является единственным необходимым условием мотивации человека на достижение определенной цели. Человек должен также надеяться на то, что выбранный им тип поведения действительно приведет к удовлетворению или приобретению желаемого. Ожидания можно рассматривать как оценку данной личностью вероятности определенного события. При анализе мотивации к труду теория ожидания подчеркивает важность трех взаимосвязей: затраты труда – результаты; результаты – вознаграждение и валентность (удовлетворенность вознаграждением); соотношение между затраченными усилиями и полученными результатами. Если индивидуум чувствует, что прямой связи между затрачиваемыми усилиями и достигаемыми результатами нет, то,

согласно теории ожидания, мотивация будет ослабевать. Поскольку поведение – это результат действий человека при воздействии обстоятельств, то должны принимать во внимание и человеческие качества, и обстоятельства. Прежде всего важно определить, какие результаты или вознаграждения являются значимыми. Очень трудно изменить желания людей, но очень просто выяснить, чего они хотят. Стимул к работе будет высоким только тогда, когда люди будут рассчитывать на хорошее вознаграждение за качественную работу.

Давайте рассмотрим некоторые из наиболее распространенных психологических барьеров на пути к инновациям. Марк Твен однажды сказал, что: «Лучше хранить молчание и считаться дураком, чем раскрыть рот и оказаться им». Эта цитата прекрасно иллюстрирует один из ключевых элементов психологической неготовности к изменениям – боязнь ошибиться. Кен Робинсон определяет готовность ошибаться как условие для творчества, то есть если вы не готовы быть неправильным, то вы никогда не сможете придумать что-нибудь оригинальное. Робинсон также утверждает, что наша система образования учит нас бояться ошибок, так как ошибки худшее, что может сделать обучаемый. Большинство преподавателей полагают, что инновации является синонимом сложностей и больших материальных и эмоциональных затрат. Следует разрушать этот миф, ведь эффективность инновации измеряется не ее сложностью и масштабностью, а тем влиянием, которое она оказывает. Для этого стоит привлекать инноваторов к распространению представлений, что инновации входят в круг возможностей каждого человека, что обеспечит мотивационный толчок к инновационной деятельности. Еще один барьер к инновационной деятельности – мы сами, как ни странно это звучит! Способность к самоограничиванию мешает нам эксплуатировать весь свой потенциал, мы боимся выйти за границы нашей зоны комфорта, боимся предположить, что способны на большее.

Исторически все новое и неизвестное всегда вызывало у людей тревогу и страх. Следовательно, в силу возникновения отрицательных чувств, существования стереотипов индивидуального и массового сознания, инновации, затрагивающие образ жизни, интересы и привычки людей, могут вызывать у них болезненные явления. Это обусловлено блокированием жизненных потребностей в безопасности, защищенности, самоутверждении, комфорте и др. Но развитие общества требует от педагога инновационного поведения, то есть активного и систематического творчества в педагогической деятельности. Вместе с тем, стоит отметить, что новая универсальная модель образования не может механически сменить уже существующую знаниевую образовательную модель, а должна формироваться и развиваться рядом со старой. Инновационное поведение – не приспособление, а максимальное развитие своей индивидуальности, самоактуализации. Педагог должен проникнуться мыслью: если кто-то отказывается от части своих ценностей и идеалов, он нарушает свою моральную и интеллектуальную целостность, становится несчастным, утрачивает свободу. Свобода предполагает уважение себя, как личности. В целях стимулирования инноваций, мы не должны заставлять или настаивать. Мы должны сделать так, чтобы каждый педагог в

мог осознать ЗАЧЕМ ему это нужно, то есть в чем преимущества инновационной деятельности для конкретной личности и в конкретной организации.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ САМОЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ

*Креденцер О.В., Абдуллаева И.Б.
г. Киев, Украина*

Ключевые слова: самоэффективность, предпринимательская деятельность, Интернет-технологии, реклама.

Одним из перспективных направлений в изучении психологии предпринимательства является исследование самоэффективности личности, которая вовлечена в бизнес деятельность. Для более четкого понимания процессов, лежащих в основе успешной активности предпринимателя, необходимо проанализировать факторы и механизмы, которые влияют на эти процессы, самоэффективность в том числе.

В зарубежных исследованиях этот вопрос получил широкое распространение благодаря большому количеству теоретических и эмпирических предпосылок. В то же время, на постсоветском пространстве, в силу социально-экономических особенностей, проблема изучения самоэффективности предпринимателей только начинает отображаться в работах современных психологов.

В рамках исследования самоэффективности предпринимателей сферы торговли, нами было изучено влияние на ее развитие такого *инновационного фактора, как использование информационных технологий и рекламы в предпринимательской деятельности*. Были использованы тест на общую самоэффективность (Шерер М., Мадукс Д., адаптация Бояринцевой А.В), шкала предпринимательской самоэффективности (А. де Ноубл, адаптация Креденцер О.В., Абдуллаева И.Б), авторская анкета.

Выборку составили 100 предпринимателей сферы торговли г. Черкассы, Украина. Обработка полученных результатов позволила увидеть особенности влияния новых технологий на эффективность предпринимательской деятельности.

В результате проведенного анализа данных, была установлена связь между самоэффективностью предпринимателей и *уровнем использования технических инноваций в бизнесе*.

Так, исследование показало наличие взаимосвязи ($p < 0,001$ и $p < 0,01$ соответственно) между общей и предпринимательской самоэффективностью и использованием Интернет-технологий для поиска товара – 75,9% и 71,4%

опрошенных, которые пользуются интернетом имеют высокий уровень развития самоэффективности.

Также, была установлена связь ($p < 0,001$ и $p < 0,01$ соответственно) между общей и предпринимательской самоэффективностью и *использованием современных компьютерных средств связи* – 92,9% и 100% респондентов, которые не пользовались этими средствами имеют низкий уровень самоэффективности, тогда как 44,8% и 35,7% респондентов, использующих в бизнесе электронную почту, скайп и т.д. демонстрируют высокий уровень самоэффективности соответственно.

Что касается тех, кто совсем не пользуется компьютерными инновациями для ведения торговли, то среди таких опрошенных 67,9% и 81,8% имеют низкий уровень развития общей и предпринимательской самоэффективности соответственно ($p < 0,001$).

Таким образом, использование технических инноваций в бизнесе способствует развитию уровня самоэффективности предпринимателей. Они не только помогают экономить время и силы при приобретении товара, но и расширяют сферу поиска, ассортимент и возможности, влияя позитивным образом на повышение эффективности деятельности предпринимателя.

Также хочется отметить, что на наш взгляд, еще недостаточное количество предпринимателей пользуется компьютерными инновациями – возможно, это связано с тем, что большинство предпринимателей – представители старшего поколения, которые только начинают осваивать интернет-рынок или интернет-коммуникацию. Таким образом, возникает весьма актуальная проблема развития навыков и внедрения инновационных компьютерных технологий в деятельность предпринимателей для повышения продуктивности их деятельности и уровня предпринимательской самоэффективности.

Далее анализ результатов выявил взаимосвязь ($p < 0,05$) между общей самоэффективностью и *уровнем использования рекламы своего товара*. Так, среди предпринимателей которые рекламируют свой товар (55,2%) уровень самоэффективности выше, чем у тех, кто не рекламирует (82,1%). Однако, в данной выборке предпринимателей, как нам кажется, недостаточно развит этот фактор – возможно из-за специфики их работы – сказывается недостаточная информированность, мотивация или просто нехватка пространства на рабочем месте. Эта проблема, на наш взгляд, должна быть более подробно рассмотрена в рамках консультационной или тренинговой работы с предпринимателями.

Также была установлена взаимосвязь ($p < 0,01$) между предпринимательской самоэффективностью и размещением рекламы в Интернете. Ни один из предпринимателей с низким уровнем самоэффективности не пользуется рекламой в Интернете (0,0%), но далее этот показатель растет до 21,4% респондентов вместе с уровнем их самоэффективности. Таким образом, расширение количества потенциальных покупателей за счет Интернет-аудитории позитивно влияет на уровень развития самоэффективности предпринимателя.

Что касается тех, кто не пользуется PR-технологиями в торговле, то тут было установлена связь ($p < 0,01$) с общей самоэффективностью – среди них

преобладают респонденты с низким уровнем самооффективности – 71,4% против 27,6% опрошенных с высоким уровнем.

Таким образом, и использование PR-средств в предпринимательстве также способствует развитию уровня самооффективности предпринимателя – дополнительная стимуляция покупательского спроса повышает эффективность торговли, что, в свою очередь, сказывается и на уровне уверенности в эффективности своей деятельности.

Проведенное исследование позволило нам сделать ряд *выводов*, связанных с деятельностью предпринимателей сферы торговли. Во-первых, установлена четкая взаимосвязь между самооффективностью предпринимателей и таким инновационным факторами как использование информационных технологий и рекламы в предпринимательской деятельности. Во-вторых, выявленные в исследовании закономерности могут быть использованы в процессе психологической работы с предпринимателями по развитию их самооффективности. В-третьих, уровень развития данного фактора в целом, как нам кажется, не соответствует требованиям современного общества. Решение этой проблемы требует создания специальных методов и технологий работы с предпринимателями, направленных на развитие навыков использования инноваций в своей работе.

ИСКАЖЕНИЕ КАРТИНЫ МИРА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Крылов А.Ю.
г. Москва, Россия

Ключевые слова: средства массовой информации, модернизация, освещение новостей, «псевдосреда», демократические преобразования.

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.

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, так как 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, холдингу «ПрофМедиа» на телерынке принадлежат каналы ТВ3, «MTV Россия» и «2x2», а в сегменте радио – «Авторadio», 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.

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.

ФЕНОМЕН ИНКОРПОРАТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП В УСЛОВИЯХ МИГРАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

*Лебедев А.Н.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: корпоративность, инкорпоративность социальных групп, инкорпоративность государственных и коммерческих организаций, адаптация человека к организации и организации к человеку, социальные представления, групповая динамика, групповая сплоченность, психологическая совместимость, социально-психологический климат.

Интенсивные изменения в мировой и отечественной экономике за последние тридцать лет привели к возникновению большого количества новых психологических проблем, которые являются предметом исследования социальных и экономических психологов во многих странах. За эти годы мир столкнулся с глобальным феноменом, суть которого до сих пор не получила должного освещения в научной литературе. Речь идет о процессах экономической интеграции и дезинтеграции, которые требуют системного анализа как на экономическом, так и на психологическом уровнях. Для нашей страны это важно потому, что, проводя политику модернизации экономики, она сталкивается с большим количеством психологических барьеров.

Процессы экономической интеграции стран Западной Европы и возникновение общего европейского рынка с единой валютой и резким снижением ограничений предпринимательской инициативы в конечном итоге привели к тому кризису, который заставил Европу пересмотреть свои взгляды

на эффективность объединения экономик разных стран, развивающихся в разных социокультурных условиях. Сегодня возникли серьезные проблемы у стран Западной Европы в сферах международной политики, этнических и социальных отношений. С другой стороны, имевшие место в Восточной Европе процессы дезинтеграции, а именно – развал СССР и стран социалистического лагеря, – привели к не менее сложным явлениям в тех же сферах.

Сегодня ученым предстоит выяснить, по каким причинам объединение экономик различных стран Европы и распад глобальной экономической системы СССР, привели практически к одинаковым негативным последствиям. Является ли это случайным совпадением или результатом каких-то скрытых и до конца не изученных механизмов. Глобальные социальные и экономические потрясения, которые пережила Европа, привели к возникновению новых тенденций в области психологии межэтнических отношений, что в конце прошлого века большинству политиков и ученых-психологов казалось абсолютно невозможным.

Миграция трудовых ресурсов из менее развитых стран в более развитые – процесс закономерный, но лишь в наши дни он приобрел глобальный характер. Это, в свою очередь, требует глобальных исследований и ответственных решений. Перемещение больших групп людей, исповедующих разные религии, воспитанных в разных культурных традициях, обладающих различным уровнем образования, различными трудовыми навыками и пр., приводит к возникновению противоречий, порождающих сложные конфликтные ситуации. Эти ситуации появляются под воздействием факторов, которые свести в единую систему и детально изучить в настоящее время пока еще крайне сложно.

В качестве одного из явлений, характеризующих противоречивость процессов адаптации трудовых мигрантов в странах с непривычными для них культурными традициями, иной религией и незнакомым языком, следует рассматривать феномен *инкорпоративности* социальных групп. То есть «способности/неспособности сложившихся социальных общностей включать в свой состав новых членов, предоставлять им равные права и даже возможность занять лидерские позиции в системе производства, управления, предпринимательской деятельности или политики» [3, 6].

Является ли инкорпоративность как свойство социальной группы (малой и большой) неким универсальным явлением, подчиняющимся единым социально-психологическим законам, или разные группы действуют под влиянием совокупности различных факторов, обуславливающих тот или иной уровень и тип адаптации вновь прибывших граждан? В рамках проекта, поддержанного РГНФ¹, нами был изучен ряд закономерностей формирования обыденных и социальных представлений различных социальных групп о

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в проекте проведения научных исследований «Социальные представления работников об инкорпоративности государственных и коммерческих организаций», проект №11-06-00241.

данном явлении, что позволило описать целый ряд факторов, влияющих на адаптационные процессы мигрантов.

Так, в исследованиях Веселовского Д.П. показано, что высоко оценивают инкорпоративность аутгрупп респонденты с «высоким уровнем социальной адаптивности» («высокий интеллект», выраженные «коммуникативные способности»). Возможность для самоактуализации новичка высоко оценивают респонденты «тревожные», с выраженным «чувством долга», «сензитивные», «жизнерадостные», «социально активные» и «толерантные». Готовность группы принимать новых членов выше оценивают респонденты, «убежденные в доброте людей», «убежденные в собственной ценности» и своей «способности управлять жизнью» [2].

В исследованиях Багратиони К.А. было показано, что в представлении молодых российских менеджеров, оценка жизненной перспективы которых относится к первому типу («субъект-объектная жизненная перспектива, ориентированная на себя») и второму типу («субъект-субъектная жизненная перспектива, ориентированная на себя»), инкорпоративность аутгрупп в ряде случаев оценивается выше. Менеджерами, жизненная перспектива которых относится к третьему типу («субъект-субъектная жизненная перспектива, ориентированная на значимых других») и четвертому типу («субъект-объектная жизненная перспектива, ориентированная на значимых других»), инкорпоративность аутгрупп в ряде случаев оценивается ниже [1, 4].

В исследованиях Лебедева А.Н. и Гордяковой О.В. было показано, что отсутствие у людей личного опыта пребывания в тех или иных странах может приводить к неоднозначной оценке инкорпоративности народов этих стран. Однако экономически более развитые страны, как например, США («американский народ»), а также крупные страны Европы («немецкий народ», «французский народ» и др.), то есть страны, обладающие мощным экономическим потенциалом и развитой демократией, чаще оцениваются как более инкорпоративные [5, 7].

В свою очередь экономически менее развитые страны и страны с отсутствием демократии чаще оцениваются как менее инкорпоративные. В этом случае были получены данные, заставляющие уточнить понятие «ингруппового фаворитизма», предложенное Э.Тедшфелом, так как не было зафиксировано однозначной положительной направленности оценок ингрупп по сравнению с характеристиками аутгрупп.

Следует отметить, что по результатам проведенных исследований данная тенденция чаще проявляется у представителей стран, входивших в состав СССР (в частности, России, Украины, Белоруссии, Таджикистана, Узбекистана), а также некоторых стран Северного Кавказа. В исследовании, проведенном на иностранных рабочих, прибывших в Россию (г. Москва и Московская область) из Украины и Узбекистана, инкорпоративность «российского народа» оценивается по-разному.

Так, украинские рабочие старшего возраста (40-50 лет) чаще оценивают инкорпоративность россиян ниже, чем мигранты более молодого возраста (20-30 лет). Узбекские рабочие-мигранты более старшего возраста (40-53 года)

оценивают инкорпоративность «русского народа» выше, чем молодые люди (18-30 лет). Исследование проводилось методом опроса (анкетирования и полустандартизованного интервью) в г. Лосино-Петровский Московской области, а также в г. Москва по адресам посольств Узбекистана и Таджикистана.

Анализируя полученные результаты, нами был сделан вывод о том, что ожидания более высокой инкорпоративности россиян, проживающих в г. Москва и Московской области, рабочими украинской национальности старшего возраста обусловлено более тесными культурными связями России и Украины во времена СССР (общность религий, близость языков и т.д.) в отличие от оценок, полученных от мигрантов из Узбекистана. Был сделан вывод, что украинские мигранты выходцы из Восточной Украины, как правило, ожидают более теплого приема со стороны россиян, и поэтому их оценки реальной инкорпоративности оказываются ниже.

Проблема изучения представлений об инкорпоративности социальных групп тесно связана с вопросом совпадения или несовпадения «образа» и «реальности». Однако решение данной проблемы в рамках социальной, этнической и экономической психологии осложнено тем, что трудовые мигранты из стран ближайшего зарубежья в настоящее время чаще всего получают лишь малоквалифицированную работу, не позволяющую им проявить свой интеллектуальный потенциал и профессиональные способности (многие участники опроса – украинцы – имеют высшее профессиональное образование). По-видимому, ответы на данные вопросы могут быть получены лишь через определенное время, когда миграционные процессы приобретут стабильный характер.

Библиографический список

1. Багратиони К.А. Взаимосвязь социально-психологических характеристик и жизненной перспективы личности (на примере молодых менеджеров) // автореф. диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук. – М.: 2013. 25 с.
2. Веселовский Д.П. Взаимосвязь психологических характеристик личности и группы с обыденными представлениями об инкорпоративности // автореф. диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук. – Издательство ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет», 2012. 20 с.
3. Лебедев А.Н. Представления об инкорпоративности социальных групп в условиях слияния и поглощения // Формирование общекультурных и профессиональных компетенций финансиста. Выпуск третий. - Тула: Издательство ТулГУ, 2013. С. 135-140.
4. Лебедев А.Н., Багратиони К.А. Инкорпоративность группы как фактор сопротивления изменениям в организации // Управление проектами и программами №1, 2013, ЗАО "Издательский дом "ГРЕБЕННИКОВ", Москва, 2013, С. 62-68.
5. Лебедев А.Н., Веселовский Д.П., Гордякова О.В. Взаимосвязь психологических характеристик личности с обыденными представлениями об инкорпоративности социальных групп / Ученые записки ИМЭИ №2 (2), 2011. С. 85-96.
6. Лебедев А.Н., Веселовский Д.П., Гордякова О.В. Психология инкорпоративности социальной группы // Гуманитарные науки, № 1(5), 2012. С. 107-116.
7. Лебедев А.Н., Орлова Н.В., Веселовский Д.П., Гордякова О.В. Глобальные миграционные процессы и проблема изучения инкорпоративности социальных групп / Актуальные

ВОСПРИЯТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ И ГОТОВНОСТЬ К ИЗМЕНЕНИЯМ

Мельник Ю.И.

г. Петрозаводск, Россия

Ключевые слова: экономическая справедливость, факторы экономического восприятия, идеологический фактор, атрибутивный фактор, мотивационный фактор, эмоциональный фактор, «рыночная справедливость», «социальная справедливость».

Восприятие населением социально-экономических изменений, реформ и проектов, с точки зрения психологической природы человека парадоксально, почти не прогнозируемо и не объясняется в рамках формальной логики. Грамотная власть должна проявлять интерес к тому, как люди, общество в целом воспринимают и оценивают проводимую экономическую политику, как реагируют на проводимые социально-экономические изменения и различного рода инновации. Наиболее существенным фактором влияющим на отношение населения к проводимым социально-экономическим реформам является восприятие и оценка справедливости принятых экономических решений относительно экономического распределения и получения экономических благ.

В зарубежной экономической психологии рассматривают четыре теории, которые объясняют, как люди судят и воспринимают справедливость экономического распределения: «теория личного интереса», «вера в справедливость мира», «атрибутивная теория», «идеологическая теория»¹.

Зарубежные исследования подтвердили валидность данных теорий, причем «атрибутивная теория» и «идеологическая теория» оказались наиболее подтверждающимися. Так выяснилось, что восприятие экономического распределения основывается на атрибутивных оценках, причем интерналы более склонны оценивать экономическое распределение и существующее экономическое положение как справедливое, а экстерналы, в свою очередь, указывают на несправедливость экономического распределения. Такие оценки подкрепляются и идеологическими факторами. Причем среди главных идеологических факторов, который влияет на содержание и характер экономических оценок является соответствующая «партийная принадлежность» – «правые» или «левые» взгляды и установки.

По данным зарубежных исследователей, сторонники «консервативной идеологии» – «левые», которые поддерживают рыночную экономику и отвергают роль государства в экономике, воспринимают существующее экономическое распределение скорее как справедливое, и склонны к интернальным оценкам в экономических суждениях. Люди, которые

1. Sik Hung Ng, Michael W. Allen Perception of economic distributive justice: exploring leading theories.// Social behavior and personality, № 33, 2005- p.435 – 454.

воспринимают несправедливость настоящего экономического распределения, считают, что рынок эксплуатирует людей, поддерживают государственное регулирование цен и уповают на большую ответственность государства в проведении социальной политики, особенно по отношению к бедным и немощным. В западной традиции их относят к «правым», они придерживаются «либеральных взглядов» и опираются на экстернальные оценки в своих экономических суждениях.

С учетом наших идеологических реалий и социокультурных особенностей полученные данные позволяют спрогнозировать реакцию граждан на проводимую экономическую политику. «Справедливость экономического распределения» мы рассматриваем как степень веры индивида в то, что экономические ресурсы распределяются в обществе справедливо, и он лично не обделен в получении экономических благ. В первую очередь это относится к восприятию гражданами государственных финансовых программ в рамках проводимой социально-экономической политики и особенно это касается пенсионного обеспечения и политики государства в области оплаты труда. В силу непоследовательности, а иногда и противоречивости проводимой государством социальной политики (достаточно вспомнить перманентную пенсионную реформу и последние манипуляции государства с накопительной частью пенсии) большая часть населения показывает выраженное недовольство, проводимой социальной политикой, считая ее несправедливой по отношению к ним. Это усугубляется еще и тем, что в России выражена патерналистская психология в виде привычки получать экономические блага и преференции именно от государства. При этом мы наблюдаем, что на протяжении последних лет в РФ происходит сокращение зависимости социального положения населения от прямого финансирования из бюджета, что неизбежно сказывается на качестве жизни людей и состоянии совокупного человеческого капитала. Отсюда и рост недовольства граждан по отношению к объему благ, получаемого от государства и преобладающее негативное отношение к проводимой социально-экономической политике.

Проводимые нами на протяжении пяти лет эмпирические исследования восприятия и отношения населения к проводимой социально-экономической политике в РФ показывает неоднозначность таких оценок и формирования все-таки негативного отношения к деятельности власти.

Полученные результаты, последующий анализ данных с опорой на основные психологические закономерности восприятия социально-экономических реалий населением РФ позволяют нам предложить объяснительную модель «экономического восприятия». Данная модель объясняет «экономическое восприятие» – как восприятие и оценку экономической справедливости через следующие факторы:

1. «Идеологический фактор» – в качестве показателей данного фактора берется характер социально-политических убеждений – «левые – правые». Наши «левые» – это «консерваторы», которые указывают на несправедливость экономического распределения и выступают за равенство в распределении национального дохода. «Правые» – это наши «либералы» – приверженцы

«рыночного фундаментализма», которые считают, что все зависит от личных усилий человека, бедность и безработица это справедливые следствия рыночной экономики.

2. «Атрибутивный фактор» – показатели «интернальность – экстернальность» соответственно. В нашем случае интерналы оценивают негативные последствия проведения экономической политики как справедливые, экстерналы же, считают что негативные факторы экономики – это несправедливо.

3. «Мотивационный фактор» – фактор «личного интереса» с показателями субъективного представления о характере получения выгоды – «большая выгода – меньшая выгода». В данном случае – какую выгоду человек получает от проводимой экономической политики и насколько он доволен проводимыми реформами.

4. «Эмоциональный фактор» – фактор удовлетворённости качеством жизни – соответственно – «большая и меньшая удовлетворённость». Насколько проводимая социально-экономическая политика ухудшает или улучшает экономическое и социальное положение человека.

Данные факторы скорее дополняют друг друга и обуславливают характер и содержание «экономического восприятия» как оценку справедливости/несправедливости экономического распределения и представление об экономической справедливости вообще. Модель позволяет нам выделить как минимум два типа восприятия экономической справедливости. Сторонники «рыночной справедливости», которые допускают и оправдывают экономическое неравенство, скорее придерживаются правых взглядов, отличаются интернальностью в оценке экономического поведения человека, стремятся к большей выгоде и в основном довольны качеством своей жизни. Сторонники «социальной справедливости», которые отстаивают равенство в распределении и потреблении, придерживаются «левых» взглядов на роль государства в экономике, отличаются экстернальными оценками, считают, что получают «меньшую выгоду» от рыночной экономики и в большей степени не удовлетворены качеством своей жизни.

Представленная модель восприятия экономической справедливости и два типа ее проявления позволяют в определенной степени спрогнозировать индивидуальную и общественную реакцию на проводимую социально-экономическую политику государства, оценить характер готовности населения к изменениям и предугадать возможные сопротивления проводимым реформам. С учетом выделенных нами факторов экономического восприятия, сила сопротивления будет прямо пропорциональна ломке общественных норм, стереотипов и привычной культуры, и обратно пропорциональна длительности проводимых изменений. Чем больше проводимая властью экономическая политика будет противоречить устоявшимся социальным нормам в обществе, представлениям об экономической справедливости, с учетом идеологического фактора тем сильнее будут сопротивления, особенно когда изменения навязываются, и происходит это довольно быстро без предварительной подготовки.

СУБЪЕКТИВНЫЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

*Мужичкова Ю.Е.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: инновации, психологические барьеры, субъективные факторы, инновационность, морально-нравственные нормы.

Изучение барьеров, препятствующих введению инноваций, невозможно без рассмотрения субъективных или психологических факторов. Понятие психологического барьера подразумевает то, что человек испытывает затруднения в процессе принятия решения или совершения какого-либо действия, при этом он переживает определенное эмоциональное состояние, характеризующееся отрицательными эмоциями. Такое эмоциональное состояние может определяться несовпадением моральных норм как внешних регуляторов мышления и поведения человека с его нравственными нормами, являющимися внутренним психологическим критерием оценки реальных поступков человека.

В настоящее время в психологической науке сформировались различные подходы к исследованию инноваций и барьеров принятия инноваций. Выделяется следующая классификация: *объективный подход*, в котором инновация рассматривается как конечный продукт созидательной деятельности; *процессный подход*, в рамках которого акцент сделан на динамике изменений, происходящих в результате инновационного процесса; *объектно-утилитарный* подход, когда инновация рассматривается как объект, обладающий новой потребительной стоимостью и предназначенный для удовлетворения тех либо иных потребностей; *процессно-утилитарный* подход, в рамках которого инновация изучается как средство эффективного создания, внедрения и распространения новых технологических решений и приёмов; *процессно-финансовый* подход, в котором основной акцент делается на процессе вложения ресурсов в формирование и распространение инноваций, инвестировании средств в разработку новых технологий, товаров и услуг [1].

Существуют некоторые различия между отечественной и западной традицией исследования инноваций. Научное исследование инноваций в зарубежной психологии идёт в основном в следующих направлениях:

- эмпирические исследования процессов, подходящих под определение «инновационные» и инновационных систем,
- критика и переосмысление старых теорий инноваций и создание новых,
- анализ процессов принятия решений и методическое сопровождение [2].

В западных исследованиях показано, что, во-первых, инновационный процесс становится всё более и более рефлексивным, что связано с возрастающей кооперацией и взаимодействием участников этого процесса. Имея возможность оценивать позитивные и негативные стороны инновационного процесса, они могут вносить коррективы и в его протекание. Во-вторых, новые виды инноваций и модели инновационных процессов

появляются постоянно. В-третьих, в контексте научного исследования инновации постепенно становятся всё более системной категорией, что связано с учётом самых разных сторон инновационного процесса.

В отечественной психологии для определения отношения личности к инновациям в настоящее время часто используется диспозиционная концепция, которая сочетает в себе социологические, социально-психологические и общепсихологические характеристики личности.

Таким образом, опираясь на отечественную и западную традицию, можно говорить о применении в анализе инновации возможностей *системного подхода* как методологического основания, о чем более подробно будет сказано ниже.

Перейдем к более подробному рассмотрению основных зарубежных и отечественных подходов к исследованию инноваций и психологических барьеров модернизации.

Одной из наиболее известных и популярных теорий в исследованиях специфики процесса инноваций является теория диффузии инноваций Э. Роджерса. Диффузия (или распространение) инноваций представляет собой процесс, благодаря которому новые идеи, технологии и предложения получают возможность распространяться между членами социальной системы по каналам коммуникации в течение определённого интервала времени [3]. Роджерс также отмечает, что наиболее важным элементом в процессе диффузии инноваций выделяется фактор *времени*, представленный в процессе распространения инновации в трёх формах:

- стадии принятия решения в отношении инновации;
- темп усвоения инновации - это относительная скорость, с которой членами социальной системы принимается инновация (на темп усвоения инновации могут влиять: относительное преимущество; совместимость; сложность; оцениваемость; наблюдаемость);
- инновационность самого потребителя инноваций.

Э. Роджерс подчеркнул, что необходимо изменение основных характеристик превентивных инноваций для того, чтобы предельно выделить их достоинства. Помимо этого важно использовать авторитет «чемпионов», то есть тех, кто имеет позитивный имидж, который необходим для продвижения превентивных инноваций. Следующим условием он выделил изменение норм и правил в системе, используя поддержку коллег и сослуживцев. Определенный эффект дает использование игровых форм для продвижения превентивных инноваций. Дополнительным условием выделяется стимулирование профессионального сообщества распространять превентивные инновации.

Что касается отечественной психологии, то теоретическую базу диспозиционной теории составляют работы по психологии установки, работы по психологии отношений, социально-психологические исследования установки. Изучение ценностных ориентаций личности является также неотъемлемой составляющей диспозиционного подхода. Важным теоретико-практическим основанием диспозиционного подхода выделяется инноватика как наука о нововведениях, сформированная в ответ на требования практики. В рамках иннова-

тики существует раздел, в котором в основном изучаются социально-психологические факторы, оказывающие влияние на успешность внедрения инноваций в трудовых коллективах.

Культурологический аспект также важен для понимания отношения к инновациям. Дело в том, что отношение к новому (инновативная компонента) является самостоятельной составляющей культуры любого народа, имеет исторические корни, с течением времени изменяется. Так, в современной культуре существуют такие элементы, как традиция, социально-конформная привязанность, рациональность. Исследователи подчеркивают, что социокультурная компонента регуляции индивидуального поведения ослабевает особенно в периоды ломки, бурных социальных преобразований, когда происходит деформация устоявшихся стереотипов, появляются противоречия в системе ценностей, в уровнях диспозиционной регуляции. Возможно, что именно в этих условиях личный опыт и индивидуально-психологические особенности человека начинают играть более важную роль по сравнению с общесоциальными и другими внешними условиями жизни.

Таким образом, мы видим, что особую актуальность приобретает изучение субъективных факторов инновационного процесса, которые в наибольшем объеме проявляются в понятии психологических барьеров противодействия инновациям. При этом инновации следует понимать как системное явление, которое проявляет себя во взаимосвязях результатов технического прогресса и изменений в общественных отношениях, что свидетельствует о целесообразности анализа психологических характеристик субъекта коллективной и профессиональной деятельности. 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.

Библиографический список:

1. Яголковский С.Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы. Научная монография. – М., 2010.
2. Smits, R. Innovation studies in the 21st century: Questions from a user's perspective // *Technological Forecasting & Social Change*, №69, 2002, pp. 861–883.
3. Rogers, E.M. Innovation, Theory of // *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2004a, pp. 7540-7543.

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ДЕТЕРМИНАНТАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

*Орлов Л.Ф., Орлова Е.А.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: экономическое поведение населения, модернизация российской экономики, социально-психологические детерминанты

Несомненно, что достаточно стабильный экономический рост в России на протяжении последних лет оказал определенное позитивное воздействие на повышение финансовой активности населения. Тем не менее, банковская система и финансовый рынок до сих пор не стали действенными инструментами трансформации сбережений в инвестиции, привлечения частных инвестиций, которые способствовали бы дальнейшему экономическому росту. Это обусловлено тем, что уровень благосостояния значительной части населения страны низок, у населения отсутствуют теоретические и практические знания о возможностях финансовых рынков, что влечет за собой проблемы и ограничения по привлечению его к операциям с ценными бумагами и использованию сбережений для инвестиций. Также, по нашему мнению, 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]. При этом, когда происходит сокращение имеющихся денег у населения, то это 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.

Рассматривая социально-психологические детерминанты экономического поведения населения в условиях модернизации российской экономики, нельзя не назвать и такой значимый фактор развития рыночной экономики, как феномен доверия. Доверие в современной литературе принято определять как ожидание того, что члены сообщества будут вести себя нормально и честно. Проявляя готовность к взаимопомощи в соответствии с общепризнанными нормами, доверяющий рассчитывает на то, что из его уязвимости партнер не будет извлекать собственные выгоды. В экономических же публикациях по этой проблеме доверие интерпретируется также и в качестве ключевой составляющей, и в качестве важнейшего индикатора «общественного капитала», причем последняя категория определяется Ф. Фукуямой как «...возможности, возникающие из наличия доверия в обществе» [7]. Поэтому одной из детерминант, обуславливающих успешное решение задач модернизации современной российской экономики на основе поступательного

развития нашего общества, является установление **доверия** между властью и обществом, между государством и личностью. Одним из эффективных средств формирования такого доверия является сильная социальная политика государства [1].

Кроме того, практика показывает, что эффективность принятия населением решений в сфере экономики и финансов в значительной степени определяется качеством и достаточностью информации, которой оно (население) обладает. Ведь когда индивид принимает решение на основе неполного и неточного знания экономической обстановки, то эти решения всегда будут неоптимальными с точки зрения его интересов. Увеличение же объема сведений, которыми располагают индивиды для принятия решений в сфере финансов, способно снизить их негативные последствия. Экономическая ценность такой информации определяется прибылью, которая будет упущена при ее отсутствии, неполноте или ненадежности.

Эффективность модернизации российской экономики, функционирующей в условиях неопределенности, во многом зависит и от того, насколько правильными, т.е. основанными на достаточной и качественной информации, являются предположения государства, бизнеса и населения о будущем. В итоге, основную роль в современной инновационной экономике начинает играть не собственно производство, а инфраструктура, посредством которой достигается ее устойчивость в условиях быстро и неожиданно меняющейся экономической конъюнктуры.

Таким образом, можно сделать вывод, что выбор стратегии экономического поведения населения определяется не только материальным положением индивида или семьи (уровень текущих доходов, размер накоплений и наличие в семье товаров длительного пользования) и ситуацией в стране (инвестиционный климат), но и целым рядом социально-психологических детерминант, среди которых, с нашей точки зрения, наиболее важными являются:

уровень доверия к государству и его финансовым институтам;

опыт финансового поведения индивида в прошлом и его субъективная оценка;

оценка текущей социально-экономической ситуации в стране и представления о ее возможных изменениях в будущем (оптимистические или пессимистические);

индивидуально-психологические особенности личности (склонность индивида к риску, стрессоустойчивость, ответственность, мотивация и др.);

знание индивидом основных финансовых инструментов, его информированность о возможностях вложений;

способность индивида выбрать наиболее надежные информационные источники, используемые при принятии им решения о вложении денежных средств.

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА К НЕОБХОДИМОСТИ ИЗМЕНЕНИЙ – ПУТЬ УСПЕХА КОМПАНИИ

*Паиштова Л.Г.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: инновационные процессы, корпорации, личность.

Сегодня наиболее важными для компаний становятся задачи, связанные с повышением инновационной активности, решение которых дает возможность заложить основу конкурентоспособного предприятия.

Комплексная инновационная политика, направленная на создание и реализацию инновационных процессов, существенно увеличивает приток инвестиционных ресурсов в компанию. Для этого организации необходимо разрабатывать четкую концепцию инновационной политики, где одно из центральных мест должна занимать методика преодоления психологических барьеров по отношению к инновациям.

Можно спорить о том насколько личность влияет на развитие компании, но, то, что от успешной адаптации персонала к внедрению новшеств в корпорациях зависит многое это факт. Выявлено, что разработку новых видов продукции и новых технологий чаще осуществляют крупные предприятия с численностью занятых более 5 тыс. человек. В целом научные исследования, проектно-конструкторские и технологические работы, выполняются в основном крупными предприятиями с численностью занятых свыше 10 тыс. человек.

Крупные структуры занимаются инновационным бизнесом, но насколько их персонал расположен к реализации различных инновационных изменений в самой компании? Какие барьеры могут возникнуть при внедрении, например, системы бюджетирования? Какова структура и какой психологический тип сотрудников превалирует в компании и как это влияет на результаты деятельности? Это только маленькая частичка «айсберга», связанного с решением вопроса о преодолении эмоциональных, психологических и иных барьеров в деятельности компании.

В этой связи основная роль менеджмента должна сводиться к созданию механизмов, обеспечивающих формирование у персонала потребности в улучшениях и видение инновационной активности и развития инновационного предпринимательства, как ключевого аспекта успешной деятельности компании. Создание благоприятных условий для развития инноваций позволит компаниям не только модернизировать усовершенствовать различные процессы внутри компании, но и кардинально повышать конкурентоспособность.

Определяющее значение при этом, отводится выявлению препятствий на пути усовершенствования и улучшения различных процессов в компании.

Активизация в области инновационной деятельности на предприятиях будет реальной только в результате совершенствования информационной системы и эффективного использования коучинга, для подготовки сотрудников к инновациям.

Инновационный процесс, возникая и протекая во внутренней среде предприятия, неразрывно связан с формированием конкурентоспособности корпорации. Исходя из этого, определены основные принципы формирования инновационной политики, а именно:

- принцип обеспечения конкурентоспособности;
- принцип согласованности стратегии развития, системы управления и инновационной политики;
- принцип оптимизации источников финансирования;
- принцип принятия сотрудниками инновационных процессов.

Механизм принятия персоналом инновационных процессов это особый вид профессиональной управленческой деятельности, представляющей собой совокупность коуч методов и психологических воздействий на сотрудников в процесс внедрения новшеств. Принятие решений должно при этом основываться на тщательном исследовании характера, психо-типа, менталитета работника.

Динамизм инновационной среды и особенно внутренних условий внедрения изменений повышает значение знания и видения проблем, связанных с личностными качествами коллектива.

Внедрение философии адаптации современного работника к необходимости изменений – путь успеха компании.

СОВМЕСТНАЯ УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМА «РАЗМЫВАНИЯ» ПОЗИТИВНОГО ВЕКТОРА ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ: ДИСПОЗИЦИОННО-РЕГУЛЯТОРНЫЕ ПРЕДИКТОРЫ ДЕСТРУКТИВНОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

*Флоровский С.Ю.
г. Краснодар, Россия*

Ключевые слова: совместная управленческая деятельность, управленческое взаимодействие, организационное развитие, диспозиционная регуляция, предикция.

Развитие организации представляет собой сложный, нелинейный и драматичный процесс. Высокие экономические показатели, доминирующее положение на рынке, реализация масштабных социальных программ, позитивная репутация в бизнес-сообществе и тому подобные «знаки успеха» не обладают свойствами временной транзитивности и не проецируются в будущее автоматически. «Бизнес стремится к движению от позиций лидерства к позициям посредственности», – замечал по этому поводу Питер Ф. Друкер (Drucker P.F., 1980, p.22). Примером такого движения является постоянное обновление «топовых» списков компаний и фирм, номинируемых в качестве деловых лидеров, бизнес-эталонов, прогрессивных инноваторов, носителей самой совершенной организационной культуры и т.п. Большинство организаций, занимающих в определённый период времени лидирующее

положение в подобных рейтингах, по прошествии нескольких лет теряют свои позиции. Примечательно, что эти позиционные потери зачастую оказываются для самих организаций и их менеджмента совершенно неожиданными. Данный «эффект неожиданности» обусловлен тем, что причины описанных выше организационных деструкций в значительной мере имеют социально-психологическую природу и феноменологически проявляются как достаточно «тихие», «фоновые», в буквальном смысле слова «спрятанные» в событийном контексте повседневного общения и взаимодействия руководителей ведущих уровней управления.

Одной из доминирующих моделей профессиональной активности руководителей высшего и среднего ранга современных организаций является совместная управленческая деятельность (СоУД). В онтологическом плане эта деятельность представлена множеством межличностных интеракций, предполагающих осуществление несколькими руководителями системы управленческих функций, связанных с регуляцией межгруппового взаимодействия возглавляемых ими структурных подразделений и/или организационных подсистем и направленных на решение проблем функционирования и развития организации как целостного субъекта социально-экономической активности (Флоровский С.Ю., 2000, 2005).

Понять причины преобладания в управленческом взаимодействии положительной или отрицательной синергии, а также оценить степень укорененности конструктивных и деструктивных «интерактивных сценариев» в культуре организации, невозможно без обращения к анализу той части детерминационного поля СоУД, которая представлена стабильными личностными свойствами взаимодействующих руководителей. Операционально регулирующее влияние диспозиционных переменных на СоУД может быть раскрыто в результате анализа значимых связей параметров личностной организации руководителей с такими интегральными характеристиками СоУД как продуктивность-непродуктивность, легкость-затрудненность, общая эффективность-неэффективность управленческих интеракций. Это позволяет эксплицировать комплекс реально-действующих норм поведения и взаимодействия, функционально-ролевых и межличностных ожиданий, а при использовании адекватных стратегий интерпретации – и содержание культурообразующих «базовых представлений», которые репрезентируют не только «устоявшиеся» и стабилизировавшиеся характеристики организационной культуры, но и находящиеся в стадии формирования тренды организационного развития. Механизм этих взаимосвязей может быть представлен следующим образом: культура организации ↔ управленческое взаимодействие ↔ функционально-ролевые ожидания участников ↔ поддержка/неподдержка участниками взаимодействия определенных личностно-обусловленных паттернов поведения партнеров.

Приведем некоторые примеры деструктивных паттернов диспозиционной регуляции СоУД руководителей производственных, торговых и финансово-кредитных организаций южно-российского региона, выявленные нами в период 2002–2008 гг., оказавшийся относительно успешным и стабильным

практически для всех вошедших в выборку предприятий. В значительной мере именно эти инерционные паттерны обусловили низкую эффективность реагирования менеджмента организаций на последовавшие затем кризисные и посткризисные вызовы.

Ориентация руководителей как субъектов управленческого взаимодействия на дисбалансный вариант «решетки менеджмента». Совместная деятельность руководителей по управлению организациями устойчиво ориентирована на вариант модели «решетки менеджмента» с акцентированной направленностью на отношения и редуцированным стремлением к решению содержательных задач. Стабильно предпочитаемыми партнерами по взаимодействию оказываются руководители, ориентированные на отношения. Управленцы, сколь-либо явно придерживающиеся «задачной» ориентации, быстро приобретают репутацию «трудных и непродуктивных» в совместной работе и вытесняются на периферию организационных процессов.

«Приватизация» ценностных ориентаций руководителей как фактор их успешной интеграции в управленческое сообщество организации. На протяжении последних двух десятилетий происходит существенное усиление роли «приватных» ценностей (материальное благополучие, семья, счастье близких людей и др.) с точки зрения обеспечения общего уровня функционально-ролевой приемлемости руководителями друг друга в качестве субъектов СоУД. Данная категория ценностей всё более отчетливо выполняет маркерную функцию, позволяющую руководителям дифференцировать партнеров по принципу «свой/чужой» с точки зрения легитимности и закономерности их принадлежности к «управленческой элите» организации. Таким образом, способность «позаботиться о себе» оказывается неотъемлемой частью прототипического образа «правильного руководителя», сложившегося в современном российском менеджерском сознании. Как следствие, наблюдается активное «вымывание» с ведущих уровней организационно-управленческой иерархии руководителей с просоциально-ориентированными нестяжательскими ценностями.

Примитивизация критериев формирования руководителями высшего ранга своего окружения. В известной концепции «вертикального диадического обмена в организационном лидерстве» были выявлены критерии дифференциации руководителями высшего ранга подчиненных им управленцев среднего и первичного звена на «своих» и «не своих» людей (ин-группу и аут-группу, соответственно). Это оказались следующие параметры субъективной категоризации: 1) компетентность и квалификация подчиненных; 2) допустимая степень доверия к ним; 3) готовность принимать на себя ответственность (Graen G.B. & Uhl-Bien M., 1995). В наших исследованиях вырисовывается существенно иной психологический портрет нижестоящего руководителя, имеющего наибольшие шансы на вхождение в ин-группу менеджеров более высокого ранга. Он включает в себя следующие черты: снижение уровня субъективного контроля над значимыми событиями в области производственных отношений; направленность на избегание неудач; низкую личностную значимость ценностей самостоятельности, независимости,

повышения уровня образования и общей культуры; дефицитарность эмоционального самоконтроля, слабость «Я», тревожность, неуверенность в межличностных отношениях; ограниченность лидерских притязаний, предпочтение субдоминантной, зависимой позиции в интерперсональном взаимодействии; недостаток социальной опытности, проницательности и т.д. Иначе говоря, руководители высшего управленческого ранга российских организаций отдают предпочтение не активным, инициативным, предприимчивым, стремящимся к повышению уровня профессиональной компетентности и личностного роста, а более «удобным» и «управляемым» с точки зрения ситуационного взаимодействия менеджерам среднего звена.

Подводя итоги, можно констатировать, что сфера совместной управленческой деятельности выступает одним из серьезных источников угроз позитивной направленности организационного развития. При этом психологическая природа значительной части этих угроз связана с неспособностью руководителей выстроить систему стабилизирующей детерминации повседневных управленческих интеракций, могущую противостоять действию латентной регулятивной энтропии, выражающейся в формировании диспозиционно-регуляторных паттернов, обуславливающих актуализацию деструктивных сценариев менеджерского взаимодействия, ориентированных на принятие и реализацию квазиоптимальных управленческих решений, что, в свою очередь, инициирует снижение эффективности функционирования организации и искажение траектории её развития.

РАЗДЕЛ 3. САМООПРЕДЕЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В ПЕРИОД ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ¹

*Акбарова А.А.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: экономическое самоопределение, молодежь, субъективный экономический и социальный статус, экономическая активность

Под самоопределением понимается поиск субъектом своего способа жизнедеятельности в обществе (социуме) на основе воспринимаемых, принимаемых или формируемых (создаваемых) им во временной перспективе базовых отношений к обществу (социуму) и его субъектам, а также на основе собственной системы жизненных смыслов и принципов, ценностей и идеалов, возможностей и способностей, ожиданий и притязаний (Купрейченко А.Б., Журавлев А.Л.).

Трансформация экономических отношений требует от современной молодежи более раннего проявления самостоятельности, предприимчивости и активности в экономическом поведении. Это оказывает значимое влияние на экономическое самоопределение молодежи.

В исследовании экономического самоопределения студентов, выполненного на основе эмпирических данных И.М. Осипенко (Осипенко И.М.), было установлено, что в процессе жизнедеятельности человека происходит смена функций, которые выполняют в регуляции экономической активности ключевые феномены экономического сознания и самоопределения – субъективный экономический статус, удовлетворенность различными сторонами экономической активности, оценка успешности экономической деятельности и т.д. В зависимости от общей направленности самоопределения и других факторов эти феномены могут и стимулировать, и временно сдерживать, и ограничивать экономическую активность субъекта, а чаще всего происходит закономерное чередование этих процессов (Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б.).

Купрейченко А.Б. выявлено, что самооценка экономических возможностей и ее динамика зависят от профессиональной принадлежности, студенты-экономисты имеют свои особенности экономического сознания и самоопределения. У них более выражено желание идти на экономический риск, быть собственником. Для будущих экономистов более значим такой ресурс как деньги, они более позитивно относятся к экономическим изменениям в стране.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ («Нравственно-психологические и социально-экономические факторы самоопределения личности»), проект № 12-36-01099a1

Интересным представляется выявить различия в разных группах молодежи, получающих экономическое и неэкономическое образование, в оценках таких компонентов экономического самоопределения как субъективный экономический и социальный статус, удовлетворенность экономической активностью, критерии определения «своей социальной группы».

Можно предположить, что молодежь, имеющая или получающая экономическое образование, более уверенно чувствует себя в экономических условиях, более позитивно оценивает существующие условия для своего развития. Помимо этого, для экономистов важным критерием при определении себя в социуме, своей социальной группы будет «уровень доходов».

В исследовании участвовало 441 человек в возрасте от 17 до 30 лет, из них 51 % женщин и 49 % мужчин. По специальности экономист (финансист) численность респондентов составила 46 %, 54 % - не экономической специальности (психологи, менеджеры по рекламе); 47% – неработающих и 53% - работающих молодых людей.

В разработанной Купрейченко А.Б. программе сделана попытка реализации системного подхода к изучению компонентов социального самоопределения личности или группы в социуме, в том числе экономической составляющей самоопределения.

Один из блоков программы был посвящен изучению субъективного экономического и социального статуса, когда респонденты оценивали удовлетворенность своим социальным и экономическим статусом, условия и возможности для повышения экономического и социального статуса. Также выявлялись критерии отнесения себя к социальной группе.

подавляющее большинство молодых людей (92,7%) отнесли себя к средней социальной группе. Только 2,2% отнесли себя к низкой социальной группе, а 4,9% к высокой. При отнесении себя к какой-либо социальной группе респонденты пользовались следующими критериями: в 74,1% случаев, что составляет большинство, уровень текущих доходов семьи, 58% использовали уровень образования как критерий, 53,2% - образ жизни, 43,3% - круг общения, сфера основной деятельности – 34,6%, социальная позиция – 33,1%, только 27,6% - стоимость движимого и недвижимого имущества.

Молодежь в основном оценивает свою удовлетворенность социальным статусом в средней степени (70,6%), примерно равное количество респондентов оценивают удовлетворенность как низкую (12,3%) и высокую (17%). Удовлетворенность экономическим статусом более половины респондентов оценивают как среднюю степень (60,5%), но достаточное количество (29,9%) в низкой степени удовлетворены своим экономическим статусом, только 9,5% удовлетворены в высокой степени.

С помощью критерия Манна-Уитни были выявлены различия по половому признаку. Интересным оказалось, что женщины достоверно чаще мужчин используют такие критерии при отнесении себя к социальной группе как «уровень текущих доходов семьи», «социальная позиция (должность, роль)». Респонденты, имеющие работу, значимо чаще используют критерий «сфера

основной деятельности» для отнесения себя к какой-либо социальной группе. При этом не экономисты значимо чаще используют такой критерий как «уровень текущих доходов семьи» как критерий отнесения себя к какой-либо социальной группе.

Удивительно, что не работающие респонденты значимо выше удовлетворены уровнем своего социального статуса в данный момент. Респонденты, имеющие экономическую специализацию, значимо выше удовлетворены своим как экономическим, так и социальным статусом в настоящий момент. Помимо этого респонденты с экономической специальностью чувствуют себя более уверенно и значительно выше оценивают условия и возможности для повышения как своего экономического, так и социального статуса.

В исследовании подтвердилось предположение, что экономисты более уверены в своих возможностях и условиях для повышения своего как экономического, так и социального статуса. Вероятно, знания экономических законов и механизмов оказывают позитивное влияние на молодых людей. Однако интересно, что экономисты доходы семьи использует реже при определении своей принадлежности к социальной группы, в то время как для женщин и молодежи не экономической специальности этот критерий более значим.

САМООПРЕДЕЛЕНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ТРУДОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Бендюков М.А.

г. Санкт-Петербург, Россия

Ключевые слова: самоопределение, постиндустриальный труд, психологические барьеры.

Современная трудовая реальность потеряла черты той «естественной рациональности», связности и «объективности законов» которая в прошлом позволяла любому человеку легко самоопределяться относительно этой реальности. В недавнем прошлом субъекту трудовых отношений было достаточно легко устанавливать связь между «собой сегодняшним» и «собой в будущем» в плане развития карьеры и жизни. Основой этой связи являлись собственные потребности и предпочтения с одной стороны и объективированный «закон перехода в потребное состояние» с другой. Успешному человеку, фактически, нужно было сделать всего две вещи: понять чего он хочет, и понять «правила перехода», которые выражены в форме социальных ожиданий. Освоение этих ожиданий осуществлялось через систему профессионального образования и профориентации с опорой на опыт прошлых поколений.

Сегодня трудовая реальность стала постиндустриальной и описывается в терминах постмодернизма (З. Бауман, У. Бек и др.). Постмодернизм как социологическая концепция опирается на недоверие к традиционным реалистическим концепциям; к истинности отражения реальности человеческими органами чувств. Постмодернистские философы (Ж.-Ф. Лиотар, Ж. Делёз и Ф. Гваттари, М. Фуко) выделили следующие векторы развития общественной жизни в период постиндустриализма:

агностицизм, где истина, это лингвистический феномен; сфера знаний – языковые игры, а истины – общепринятые социально сконструированные суждения, а не отражение реальности;

прагматизм, предполагающий, что критерием знания является успех, а выражением успеха – богатство.

эклектизм, т.е. стремление не к истине, как объективному отражению реальности, а к успеху определяемому прагматически.

Этот подход отрицает казавшиеся незыблемыми идеи прогресса, соответствия социального устройства общества, его материальной основе и устанавливает приоритет дискурсивных процессов, как способа формирования реальности, отрицающего независимость категориальной структуры реальности, от сознания людей. Представляется, что постмодернизм, как специфический способ описания социальной реальности вполне проявляется в нынешних трудовых отношениях.

Трудовая реальность сегодня, приобрела черты парадоксальной (риторической, стохастической и даже шизофренической) связности, где действия и бездействия; познание законов и их непознание, в равной степени могут привести к успеху и неудаче в экономическом поведении. Иными словами, трудовая жизнь сегодня для большинства работников выступает в виде некоей «иррациональной реальности». Ярким примером иррациональности экономической жизни может служить мировой финансово-экономический кризис 2008 г., внезапно начавшийся (внезапно для большинства населения), и также непонятно почему закончившийся (непонятно, опять же для большинства населения).

На самом деле, современная реальность внутренне достаточно связана и вполне объективна. Она лишь принципиально усложнилась («взрыв сложности» по Э. Тоффлеру), что привело к невозможности ее описания в терминах простых каузальных схем (напр. больше работаешь – больше получаешь; лучше образование – более интересная работа; востребованная профессия – выгоднее работа и проч.).

Особенности труда в постиндустриальном обществе могут быть сведены к следующему.

1. Радикальное увеличение количества изменений в труде. Увеличение ситуаций изменений означает затруднение в долгосрочном планировании карьеры. Решения относительно профессии принимаются теперь в зависимости от жизненного этапа и условий; в каждый конкретный момент времени и во все меньшей мере это происходит как планирование пожизненной карьеры.

2. Профессиональная мобильность резко увеличивается. Смена профессии на любом карьерном этапе становится обыденностью, а способность к изменению профессиональной направленности выступает как требование к работнику.

3. Требования к умениям и владению несколькими профессиями увеличиваются.

4. Определение содержания труда и профессии становится более трудным, а потому «прикрепление» к профессии и обретение профессиональной идентичности становятся все более проблематичными.

5. «Обучение длиною в жизнь». Участие в профессиональном и общеобразовательном обучении касается всего периода трудоспособности, что означает учащение циклов перехода от работы к обучению и обратно.

6. Выполнение работы без заранее оговоренных правил, технологий и инструкций, но с большей ответственностью за полученный результат.

7. Требования и возможности самому регулировать условия труда возрастают.

8. Рабочее время увеличивается и трудно провести четкую границу между свободным и рабочим временем.

9. Возрастает роль социальных умений и коммуникативных способностей.

10. Возрастает интернационализация; т.е. требуются знания о разных культурах и умение функционировать в них.

У. Бек в книге «Прекрасный новый мир труда» (1999) следующим образом описывает постиндустриальную трудовую реальность: «Всюду раздаются призывы к «большей гибкости». На деле это предполагает, что работодатель получит возможность проще увольнять наемных работников. ... Устанавливается высокая динамика «обновляемости» рабочих мест, т.е. работа становится все более краткосрочной, увольнение все более легким. Подобная «гибкость» подразумевает, наконец, что работнику заявляют: «твои знания и навыки устаревают, однако никто не может с уверенностью сказать, какую квалификацию нужно теперь приобрести, чтобы сделаться востребованным».

Особенности постиндустриального труда находят свое отражение в субъективных представлениях работников как переживание неопределенности будущего, невозможности планировать профессиональную жизнь, да и жизнь вообще, на сколько-нибудь длительный срок. Проведенные нами психосемантические исследования отношения студенческой молодежи к различным аспектам будущей трудовой жизни показывают выраженную фрагментарность представлений о будущем и укороченный (1-2 года) горизонт планирования.

Следствием субъективной неопределенности будущего выступают два феномена, которые можно рассматривать как психологические барьеры на пути продекларированного властью инновационного социально-экономического развития российского общества.

Первый барьер можно обозначить как приоритет «Я-идентичности» над «Мы-идентичностью» в профессиональной сфере. Отсутствие определенности социально-экономического и политического контекста предполагаемых

преобразований приводит к тому, что субъект интегрирован в трудовую реальность лишь на основе личных сиюминутных потребностей и интересов. На практике это означает низкую корпоративную солидарность и низкую значимость профессиональных и корпоративных ценностей, отсутствие преданности при декларируемой лояльности. Можно предполагать, что высокая готовность к включению в коррупционные отношения также является проявлением приоритета «Я-идентичности».

Второй барьер вслед за Ж. Бодрийаром, можно обозначить как принадлежность к «молчаливому большинству». В своей работе «В тени молчаливого большинства, или конец социального» (1982) ученый называет феномен молчаливого большинства «черной дырой масс». «Масса не обладает ни атрибутом, ни предикатом, ни качеством, ни референцией. ... Безразличие – это сущность масс, это их единственная практика». В организационной реальности принадлежность к «молчаливому большинству» проявляется как незаинтересованность, формальная вовлеченность в организационные процессы, отсутствие ценностей и сверхнормативной активности в организационной среде. Вслед за французским ученым можно утверждать, что представителям «молчаливого большинства» свойственен организационный гиперконформизм, самовыражение лишь в частной жизни, равнодушие и восприятие трудовой реальности как симулякра – знаковой гиперреальности способной порождать только зрелища.

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О НРАВСТВЕННОМ ИДЕАЛЕ В УСЛОВИЯХ РАДИКАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

*Комарова М.Н.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: нравственный идеал, менталитет, коллективизм, индивидуализм, дифференциация общества, субъектная переориентация сознания, представления, порядочный человек, социальный и когнитивный типы личности

Нравственные идеалы обладают прогностическим характером для направленности общественного развития. Нравственность, представляя собой систему воззрений на должную социальную жизнь, регулирует жизнедеятельность человека во всех сферах жизни, способствует достижению согласованности общественных, групповых и личных интересов. Состояние экономики напрямую зависит от духовно-нравственного состояния личности. Многие экономико-психологические феномены определяются базовым отношением субъекта к окружающему миру, людям, самому себе. Как нравственно допустимые или недопустимые воспринимаются различные цели, виды и способы производства и распределения, обмена и потребления, уровни дохода и благосостояния (Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б.).

Нравственные идеалы, традиционные для русского сознания, определяются основными характеристиками российского менталитета, где преобладают моральные представления над политическими, правовыми. Вера в абстрактный идеал, неразвитость правосознания, слабое чувство собственного достоинства, терпимость, конформность, принятие страдания как подлинности человеческого бытия, общинность (соборность) обусловили преобладание ценностей коллективистского характера над индивидуалистическими. Это предопределило активность внутренней жизни при пассивности внешней, существенно ослабило тенденции самостоятельности, независимости, индивидуальной успешности, деловой активности, материального процветания (Абульханова К.А., Брушлинский А.В., Джидарьян И.А., Славская А.Н., Смирнова Н.Л.). Исторически российский менталитет складывался на основе принятия духовно-нравственного идеала православия с его проповедью бедности, неприветливости, подчинения личного блага общественным задачам. В противоположность этому протестантская этика американского и западноевропейских обществ поощряла труд и прибыль, личный успех и материальное процветание. Коллективистская психология не позволяла русскому самосознанию ориентироваться на индивидуальный успех. Привычка быть зависимой частью целого, претерпевать страдания ради абстрактного общественного идеала приводит к феномену внешней ответственности – усмотрение причины происходящего не в себе, а в поступках других людей, во внешних обстоятельствах.

Переход от тоталитарного строя к демократическому, от экономики государственно-социалистической к частнособственнической приводит к смене ценностей коллективизма на ценности индивидуализма. Именно серьезное расслоение по вектору утверждаемых ценностей делает современный российский менталитет весьма неоднородным образованием (Бызов Л.Г., Семенов В.Е.). Происходит изменение типа личности. Социальный тип, для которого наиболее важным является поддержание теплых, дружеских отношений, отходит на второй план. Вперед выступает когнитивный тип личности, ориентированный на достижения, успешность (Смирнова Н.Л.). Представления о разных способах связи своего Я с обществом дифференцируют российскую ментальность на разные группы по специфическим для сознания критериям, а не только по экономическим. В обществе произошло разделение по степени адаптации к социальным изменениям. Пассивное или негативное отношение к социальной действительности блокирует потребность искать конструктивные решения, не позволяет взять на себя ответственность за свое бытие, выйти в другое жизненное измерение. Осознание себя в качестве активного субъекта – субъектная переориентация сознания, преодоление самосознания зависимости, подчиненности, является жизненно необходимым (Абульханова К.А.).

Но переход от общинности (коллективизма) к вынужденному индивидуализму – и в бытии, и в сознании рассматривается как утрата традиционных нравственных идеалов и является сегодня одной из самых глубоких общественных травм.

В 1996-1998 и 2007-2008 гг. под руководством Володиной М.И. проведен ряд исследований имплицитных концепций нравственности (обыденных представлений о нравственном идеале - порядочном человеке) в Москве, Красноярске, Казани, Смоленске, Хабаровске на взрослой и молодежной (школьной и студенческой) выборке. Выводы данных исследований: ценности, традиционные для российской культуры (любовь, милосердие, верность) сохраняются на уровне обыденных представлений о нравственном образце (образе «порядочного человека»), в качестве лидирующей по всем выборкам выделяется тема помощи.

В 2009-2011 гг. мы продолжили данное исследование среди жителей Москвы. Участники исследования (104 человека, возраст 24-80 лет) - руководители (бизнес-структур, научно-исследовательских институтов, высших учебных заведений), представители свободных, творческих профессий (дизайнеры, художники, журналисты, психологи, адвокаты). Это люди, которых принято называть «самореализованными», «успешными», с «субъектной ориентацией личности», характеризуются активной жизненной позицией, высоким уровнем социальной адаптации. Исследование показало, что моральные, этические ценности по-прежнему занимают главное место в сознании россиян. Качества «социальной ответственности» (*поможет в трудную минуту, не предаст друга, ответственный, честный, уважающий других людей, не нарушает данное им слово, добросовестный, не выдаст чужую тайну*) – лидируют, что свидетельствует об определяющей роли коллективизма в утверждении нравственного образца.

Отмечается имплицитное отрицание качеств, связанных с соблюдением закона: *не нарушает закон* – на низкой позиции. Похожие результаты были выявлены в результате предыдущих исследований, что также подтверждает низкую степень правосознания, характерную для традиционной русской ментальности.

Любовь к Родине занимает также достаточно низкую позицию: Родина у многих «адаптированных слоев» России ассоциируется с правительством и административно-управленческой элитой, которым мало доверяют и мало уважают, также с карающими социальными органами и «несправедливыми законами».

Одну из наиболее низких позиций занимает *вера в Бога*, что объясняется, во-первых, почти полувековым насаждением атеизма, во-вторых, тем, что сегодня многие отказываются от прежнего православного идеала христианства. По результатам предыдущих исследований (по всем выборкам) на протяжении десяти лет *вера в Бога* и *любовь к Родине* занимали самые невысокие места в рейтинге порядочности.

Самое нижнее положение в нашем исследовании занимает дескриптор *безотказный* – характеристики, присущие православному сознанию (готовность к терпению, страданию), более не являются социально желаемыми.

На лидирующее место выдвигаются когнитивные ценности (определения *умный, образованный* и поступки на тему «профессиональная честность,

безукоризненность»): на смену социальной личности постепенно приходит когнитивная.

Результаты данного исследования нравственного идеала («порядочного человека»), подтверждая сохранность ядра традиционных моральных представлений, указывают в общественном сознании (в среде наиболее «адаптированных слоев») смещение православных этических ценностей к ориентирам, свойственным протестантизму.

Сохранность-изменчивость нравственных представлений специфична для сегодняшнего российского самосознания. Преобладающими установками являются «православные» и «протестантские»; у современного среднего класса идеал связан с протестантской этикой (Бызов Л.Г.).

КОГНИТИВНО-СТИЛЕВЫЕ РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ МУЖЧИНАМИ И ЖЕНЩИНАМИ

*Семяшкин А.А.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: когнитивные стили, полезависимость-полenezависимость, аналитичность-синтетичность, гендер.

Одной из малоизученных областей психологического знания является природа когнитивных стилей. Чтобы приблизиться к её пониманию требуется дать чёткие ответы на вопросы о зависимости проявления тех или иных когнитивно-стилевых характеристик от пола, о силе половой детерминации когнитивных стилей.

Приходится констатировать, что эмпирические исследования, направленные на изучение когнитивных стилей, проводились, как правило, без анализа гендерной принадлежности испытуемых как независимого фактора. В то же время, половые и возрастные особенности принято относить к тем независимым переменным или факторам, которые оказывают существенное влияние на ряд самых разных психических явлений. Учёт таких особенностей, по-видимому, необходим практически в любом психологическом исследовании. Этой позиции, в частности, придерживались учёные, стоящие у основания так называемой «Петербургско-Ленинградской» школы психологии, идейным вдохновителем которой на протяжении многих лет был Б.Г. Ананьев.

Цель исследования состояла в установлении влияния гендерных различий на изменение выраженности «концептуальной дифференцированности» и «когнитивной артикулированности».

Для исследования роли полового фактора в детерминации когнитивных стилей нами была сформулирована следующая гипотеза: пол детерминирует выраженность «концептуальной дифференцированности» и «когнитивной артикулированности».

Таким образом, за независимую переменную был принят гендер, а зависимыми переменными условно выступили «понятийная дифференцированность» и «когнитивная артикулированность».

В соответствии с поставленной целью и сформулированной гипотезой о роли пола в детерминации когнитивных стилей, статистический анализ данных строился на основе использования описательной статистики, однофакторного дисперсионного анализа (ANOVA), непараметрического метода сравнения двух независимых выборок U -критерия Манна-Уитни, а также вычисления коэффициента детерминации (величины факторного эффекта η^2).

Выборка участников исследования формировалась случайным образом. В расчёт принимались данные 288 участников исследования в возрасте от 12 до 64 лет. Средний возраст выборки составил приблизительно 18 лет. Из 288 испытуемых 100 были представлены мужчинами и 188 – женщинами.

Когнитивно-стилевые параметры оценивались с помощью методики «Свободная сортировка объектов» Р. Гарднера в модификации В.А. Колги, группового теста замаскированных фигур Г. Уиткина. В качестве основных показателей понятийной дифференцированности нами учитывались: количество выделенных групп и количество объектов в наибольшей по объёму группе.

Было обнаружено статистически достоверное влияние гендера на основные показатели «узости-широты диапазона эквивалентности» в виде количества выделенных групп и числа объектов в наибольшей группе ($F = 11,022$, $p \leq 0,001$ и $F = 8,325$, $p \leq 0,004$, соответственно). В связи с установленной закономерностью отметим, что на определённое влияние половых различий на некоторые особенности когнитивной сферы указывали и другие исследователи [1, 2, 6, Массобу Е.Е., Jacklin С.Н., 1974 – цит. по: 4].

По вычисленным данным, можно заключить, что «аналитичность» («узость диапазона эквивалентности») больше выражена у женщин, чем у мужчин. Полученные результаты косвенно совпадают с данными зарубежных авторов, указывающих на то, что для девочек характерно использование узких категорий, в то время как мальчики склонны пользоваться широкими категориями [9].

Более того, по значению η^2 можно определить долю дисперсии «узости-широты диапазона эквивалентности», обусловленную влиянием гендерного фактора: пол определяет всего лишь 3,7% изменчивости основного показателя когнитивного стиля «аналитичность-синтетичность» в виде количества выделенных групп и 2,8% распределения другого основного показателя того же самого когнитивного стиля в виде числа объектов в наибольшей группе. Вычисленные значения согласуются с укрепляющимися представлениями в психологии о том, что биологический пол объясняет, как правило, не более 5% различий в способностях мужчин и женщин, а оставшаяся часть различий может быть объяснена рядом других факторов, включая возраст, уровень образования личности, условия её социализации, влияние семейного воспитания и т.д. [3].

Зависимость «полезависимости-полenezависимости» от гендерного фактора не выявлена. Следует признать, что влияние гендера на этот когнитивный стиль не всегда прослеживается и в исследованиях других авторов (см.: [5]). Несмотря на полученный нами результат, обратим внимание на данные других исследований, в которых отмечается, что в процентном отношении полenezависимые мужчины встречаются чаще полenezависимых женщин [7, 8].

Выводы:

1. Пол является фактором, обуславливающим проявление «понятийной (концептуальной) дифференцированности». У женщин в сравнении с мужчинами сильнее выражена «аналитичность».

2. Выраженность «полезависимости-полenezависимости» не зависит от половой принадлежности.

Библиографический список

1. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. - СПб.: Питер, 2001.
2. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. – СПб.: Питер, 2003.
3. Клецина И.С. Гендерная социализация: Учебное пособие. СПб., 1998.
4. Кон И.С. Психология половых различий // Вопросы психологии. – 1981. - № 2. – С. 47-57.
5. Коробова Е.Л. Когнитивные стили у больных шизофренией: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. СПб: РГПУ им. А.И. Герцена. 2007.
6. Петрова Л.М. Возрастно-половые особенности когнитивной сферы младших школьников и подростков: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. – СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена. 2008.
7. Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004.
8. Jantarska A. On The Role Of Individual Learner Differences In The Teaching/ Learning Of Foreign Languages: The Dimension Of Field Dependence / Field Independence // *Respectus Philologicus*, issue: 9 (14) / 2006, pages: 138-151.
9. Tajfel H., Richardson A., Everstine L. Individual consistencies categorizing: A study in judgement behavior // *J. of Personality*, 1964. - V. 32. - P. 90-108.

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О МАТЕРИАЛЬНОМ БЛАГОСОСТОЯНИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИТЯЗАНИЯ ЛИЧНОСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ¹

Смирнова Н.П.
г. Москва, Россия

Ключевые слова: социальные представления, материальное благосостояние, иерархия благосостояния, экономические притязания

Социальные представления о благосостоянии, о причинах социально-экономической дифференциации, неравенства разных регионов и групп населения современной России отражают не только одни из наиболее актуальных вопросов современного общества, но и непосредственно связаны с проблемами благосостояния каждого ее жителя. В средствах массовой информации (октябрь, 2013) представлены результаты исследования, проведенного «РИА Рейтинг», где было заявлено, что социальное расслоение общества является одной из наиболее острых проблем, с которой сталкивается Россия, наряду с другими странами мира. «Характерным проявлением социального расслоения является значительное различие уровней доходов населения, при этом для нашей страны эта проблема особенно сильно проявляется в региональном разрезе». Эксперты агентства для определения различий сопоставили уровни заработной платы в регионах России. Установлено, что в целом по России почти 13% населения зарабатывает в месяц менее 9 тыс. руб., а 4.7% – на порядок больше – 75 тыс. руб. в месяц (http://riarating.ru/regions_study/20131029/610592758.html), при этом различия от региона к региону значительны. Вместе с тем объективную картину социально-экономического расслоения в обществе отражает не только объективная оценка уровня доходов людей, но и сочетание объективной и субъективной оценок уровня материального положения различных категорий населения. Анализ их сложного взаимодействия не будет полным без изучения ментальных репрезентаций (социальных представлений), описывающих и объясняющих субъективные ощущения экономической дифференциации различных категорий социальных субъектов (Емельянова, 2006; Хащенко, 2012).

В ходе проведенного нами исследования, посвященного выявлению социальных представлений об иерархии благосостояния, обусловленных различием социально-экономических характеристик жизни людей, одной из эмпирических задач выступило определение региональных особенностей представлений об иерархии имущественных слоев населения. В качестве основной методики исследования использовался очный стандартизированный опрос, по специально разработанной программе, направленной на изучение социальных представлений об иерархии имущественных категорий населения, представлений об их благосостоянии, а также совокупность методических приемов и методик для изучения социально-демографических, экономических и психологических ха-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект «Представления об уровне благосостояния: границы, иерархия, факторы детерминации» № 11-06-00737а

рактических опрашиваемых. Основную выборку исследования составили жители (170 человек) городов Москвы и Московской области (110 человек), а также Санкт-Петербурга (60 человек). В выборку были включены представители различных социальных групп (работники бюджетных, коммерческих организаций; студенты; пенсионеры); разного возраста и пола.

Проведенный анализ социальных представлений, выявил наличие субъективной дифференциации населения на пять основных имущественных групп: нищие и неимущие; вторая – бедные, малоимущие, нуждающиеся; третью группу образуют необеспеченные и малообеспеченные; четвертую – небогатые, небедные, а также имеющие средний достаток; пятая группа – богатые, зажиточные, состоятельные, обеспеченные (Смирнова, Шабашова, 2011). Эти данные подтверждают и дополняют уже имеющиеся и выявленные на других выборках (Хашенко, 2012).

При изучении региональных различий на московской (жители г. Москвы и Московской области) и Санкт-Петербургской выборках было установлено, что и те и другие на нижней ступени имущественной лестницы располагают категорию «нищие», что свидетельствует о высокой степени определенности данной категории, на которую не оказывает влияние региональный фактор. По результатам московской выборки, в иерархии благосостояния второе место занимает категория неимущие, а следом за ней идет категория бедные, в то время как по данным Санкт-Петербургской выборки категория бедный расположена ниже – на второй ступени. Таким образом, бедные воспринимаются респондентами-Петербуржцами как обеспеченные меньше по сравнению с неимущими. В социальных представлениях респондентов-Петербуржцев по сравнению с москвичами, категория нуждающиеся оценивается по уровню материального положения выше категории малоимущие. Но вместе с тем, ранги имущественных категорий необеспеченные, малообеспеченные, небогатые и небедные совпали по двум выборкам, что говорит о единых социальных представлениях относительно местоположения данных категорий на имущественной шкале, как у респондентов-москвичей, так и у Санкт-Петербургцев. Региональные различия обнаружены также в определении ранга категории средний достаток. Респонденты-москвичи присвоили ей более низкий ранг по сравнению с Петербуржцами. «Москвичами» средний достаток воспринимается как имущественная категория, близкая по характеристике к имущественной категории небедный (им присвоен общий ранг). Респонденты-Петербуржцы соотносят категорию средний достаток на ранг выше, тем самым, понимая ее как категорию с более высоким уровнем благополучия, что может быть связано с различием в уровне жизни регионов.

Наряду с социально-экономическими характеристиками, существенным фактором формирования модели иерархии благосостояния выступают личностные особенности респондента и, прежде всего, уровень экономических притязаний. С целью проверки данного положения было проведено исследование взаимосвязи уровня экономических притязаний личности и ее представлений об иерархии благосостояния. Уровень экономических притязаний определялся по величине дохода, на который претендует респондент (реальный размер ежемесячного дохода (в у.е.), который бы хотели иметь в настоящее время и через

5 лет). Выявлена положительная связь между уровнем дохода и уровнем экономических притязаний респондентов, что подтверждает гипотезу о том, что чем выше уровень ежемесячного дохода субъекта, тем выше уровень его экономических притязаний. Согласно данным стремление к повышению своего материального статуса у наиболее «состоятельных» респондентов выше по сравнению с менее «состоятельными». Респонденты, имеющие доход до 500 и от 500 до 1000 у.е., хотели бы повысить свой реальный доход в два раза, причем это уровень для них желателен в течение продолжительного времени (5 лет). Респондентов с более высоким уровнем дохода (выше 1000 у.е.) отличает рост притязаний на доход. Можно предположить, что данная взаимосвязь говорит о более высоком уровне мотивации достижения у респондентов с более высоким уровнем дохода. Анализ корреляционных связей между уровнем притязаний и представлениями об иерархии материального благосостояния показал наличие ряда значимых взаимосвязей. Уровень экономических притязаний положительно коррелирует с представлениями об уровне дохода нищих, небогатых, среднего достатка и состоятельных, то есть категориями, занимающими в иерархии благосостояния нижнюю, среднюю и верхнюю ступени. Влияние этого фактора по данным регрессионного анализа не велико для полярных по уровню материального положения имущественных категорий нищие и состоятельные (10-15%) и существенно для категорий, отнесенных к стабильному уровню жизни (небогатые, среднего достатка) – 30-35%, то есть можно констатировать, что уровень экономических притязаний, прежде всего, влияет на экономическую интерпретацию стабильного уровня жизни. Таким образом, в исследовании, были установлены различия в содержании социальных представлений об иерархии благосостояния населения, обусловленные особенностями социально-экономических факторов – уровнем дохода, региональными условиями жизни, а также подтвердилась гипотеза о роли экономических притязаний личности в конструировании представлений о материальном благосостоянии.

Библиографический список

1. Емельянова Т.П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. – М.: Институт психологии РАН, 2006.
2. Исследование различий зарплат в регионах России // http://riarating.ru/regions_study/20131029/610592758.html.
3. Смирнова Н.П., Шабашова Е.В. Взаимосвязь представлений об иерархии благосостояния и уровня дохода человека // Развитие психологии в системе комплексного человекознания. Ч. 2. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 385-387.
4. Хашенко В.А. Психология экономического благополучия. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БУЛЛИНГА

Тарасова С.Ю.

Ключевые слова: легитимизация агрессии, враждебность, самооценка, тревожность, социометрический индекс, буллинг.

Сегодня социологи, психологи обращают внимание на увеличение количества случаев буллинга (хулиганство, драки, школьная травля) среди подростков (В.С. Собкин, О.С. Маркина, 2009). Агрессивные действия, совершенные подростками, вызывают подчас сильный общественный резонанс. Параллельно социальные и клинические психологи отмечают наличие проблем самооценки и формирующегося образа Я в целом современного школьника уже на момент обучения в 5-х, 6-х классах. Нельзя недооценивать здесь и роль СМИ, которые иной раз оказывают негативное влияние на характер страхов. На протяжении последнего десятилетия обычные школьники среди страхов стабильно указывают, например, ограбление, физическое насилие, увольнение или смерть родителей, бедность, неудачи, неуспех (А.М. Прихожан, 2009).

Цель настоящего исследования – выявление закономерных взаимосвязей между содержанием страхов и тревог и агрессивностью. Вслед за Л. Берковицем мы склонны понимать под агрессией вид поведения, физического или символического, которое мотивировано намерением причинить кому-нибудь вред (2001). Тогда как агрессивность – относительно стабильная готовность человека к агрессивным действиям в самых разнообразных ситуациях. Буллинг классифицируется также как агрессия: физический, эмоциональный, сексуальный, устный; прямой или косвенный. На сегодняшний день остро стоит проблема легитимизации агрессии. Агрессоры уверены, что агрессия – норма поведения. Согласно мнению С.Н. Ениколопова, насилие и агрессия особенно явно проявляются в реформирующихся странах, где активно идет процесс перераспределения ресурсов и социальных статусов (2012). Крупные или резкие социальные перемены связаны с нарушением традиционного уклада жизни и, как следствие, невозможностью удовлетворения потребности в идентичности. Состояние общества находит отражение в попытках людей, в том числе детей и подростков, практически любыми способами повысить или сохранить свой статус. Чувствующие себя «проигравшими» люди начинают использовать агрессию для своего «освобождения» (С.Н. Ениколопов, 2012). Возникает, соответственно, и ответная агрессия для сохранения существующего положения вещей. Таким образом, одним из основных мотивов совершения агрессивных действий могут быть проблемы самооценки и уровня притязаний. Однако известно, особенности самооценки и образа Я в целом сложно оценить количественно. Следует также учесть, образ Я подростка находится в стадии формирования. В свою очередь, нарушениям самооценки и образа Я человека обычно сопутствует повышенный уровень самооценочной и межличностной тревожности (А.М. Прихожан, 2009). Эти виды тревожности доступны количественной оценке и потому могут стать хорошим индикатором проблем формирования образа Я.

В настоящем сообщении представлены результаты первого этапа лонгитюдного исследования, выполненного на базе средней общеобразовательной школы г. Москвы. Перечислим психологические методики: шкала личностной тревожности для учащихся 10-12 лет (А.М. Прихожан, 2009, Приложение 3), методика Басса-Перри – русскоязычная версия ВРАQ в адаптации С.Н. Ениколопова, социометрический тест. В нашем исследовании принимало участие 60 школьников – учащиеся 5-х и 6-х классов. На данный момент проведено три последовательных измерения показателей личностной тревожности.

В настоящей работе при обследовании учащихся 6-х классов обнаружены значимые корреляции для психологических тестов. Враждебность и отчасти гнев детей возрастают при актуальном состоянии повышенной школьной, межличностной и самооценочной тревожности. Например, обнаружена значимая корреляция для показателей враждебности и межличностной тревожности ($r = 0,48$, $p < 0,001$). В свою очередь, показатели по шкале *Физической агрессии* опосредованно связаны с показателями по шкале *Враждебности*. Далее решили посмотреть, каковы различия между группами агрессивных и неагрессивных детей. Полученные в классе 6 Б различия по видам тревожности показаны при помощи диаграммы (рис. 1). В классе 6 А результаты сходны.

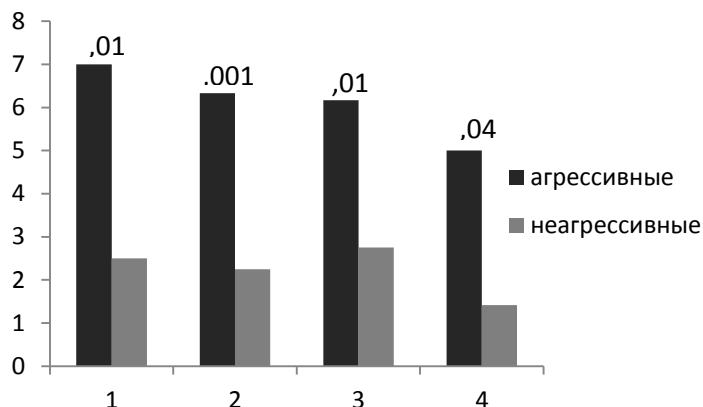


Рисунок 1. Величина уровней тревожности для учащихся класса 6 Б, разделенного на две группы по выраженности Физической агрессии: выше или ниже значения 20 баллов. Обозначения: по оси X – порядковые номера субшкал тревожности: 1 – школьная тревожность, 2 – самооценочная тревожность, 3 – межличностная, 4 – магическая; по оси Y – показатели выраженности тревожности. Цифрами над столбцами отмечены уровни значимости.

Кроме того, обнаружена невысокая, но значимая корреляция уровня межличностной тревожности ребенка и значений социометрического индекса *Фрустрированность* ($r = 0,32$, $p < 0,05$). В каждом из трех обследованных классов можно наблюдать сильно изолированных в социальной группе (классе) подростков. Сильно изолированных в своем коллективе учеников можно описать следующим образом: стабильно сверхтревожные (10 стеновых показателей), отличаются высоким уровнем враждебности и склонны к физической агрессии в поведении. Кроме того, у них самые высокие значения социометрического индекса *Фрустрированность* в своем классе. Мы обследовали сильно изолированных в коллективе подростков дополнительно

при помощи методики «Неоконченные предложения». Примеры окончанных предложений: «Мне больше всего хотелось бы, чтобы меня никто не обзывал», «Я считаю, что большинство ребят относится ко мне не очень хорошо», «Мои три заветных желания: поступить в Оксфорд, стать президентом Газпрома, стать влиятельным человеком». Добавим, претензии других учащихся к «отверженным» носят выраженный меркантильный характер: «У тебя сегодня та же рубашка, что и вчера», «Мы живем на Кутузе, а ты не на Кутузе (Кутузовский проспект)», «Ты debil, у тебя нет сумки за 50 тысяч». В свою очередь, булли (агрессоры), по результатам обследования, также демонстрируют наличие конкретных страхов. Эти страхи связаны с ситуациями подтверждения своего относительно высокого (не «звезды», но и не «отверженные») статуса в коллективе. Примеры завершенных предложений: «Мне больше всего хотелось бы быть умной, чтобы не обижали»; «Мне больше всего хотелось бы часы за 120 тысяч рублей. Боюсь, у меня не будет друзей».

Предварительные результаты исследования показали: в каждой социальной группе выделяются сильно изолированные школьники. Они же являются жертвами как агрессоров, так и «наблюдателей». «Отверженные» стабильно сверхтревожны, обладают высоким уровнем враждебности и склонны к физической агрессии в поведении. Можно обоснованно предположить дальнейшее их превращение в буллей. Сильное влияние оказывает социальная ситуация неопределенности, что связано с постоянной трансформацией ценностей. Обратим внимание на социально-экономические перемены, происходящие на территории бывшего Союза последние 20 лет. В настоящее время происходит слияние и укрупнение школ. Согласно мнению некоторых экономических и социальных психологов, реформирование страны ухудшило психологический климат общества в целом и межличностные отношения между субъектами образовательного процесса в частности (Н.М. Лебедева, О.В. Лунева, Т.Г. Стефаненко, 2004; В.И. Самаруха, 2009). Как показано выше, длительные социальные перемены связаны с нарушением традиционного уклада жизни и, как следствие, невозможностью удовлетворения потребности человека в идентичности. В этом случае направленность личности обретает деструктивный характер. Естественным развитием ситуации становится агрессивное поведение.

Вторым итогом выполненной работы стал тот факт, что враждебность положительно коррелирует с самооценочной и межличностной тревожностью подростка. Но причины, лежащие в основе агрессивности школьника, требуют более глубокого изучения и связаны с диагностикой проблем формирования образа Я подростка. Комплексное лонгитюдное исследование взаимосвязи агрессивности и тревожности с учетом актуальных социальных факторов позволит определить основные причины роста агрессивности и жестокости в обществе, а также обозначить пути профилактики буллинга и моббинга.

Библиографический список

1. Берковиц Л. Агрессия. Причины, последствия и контроль. – СПб.: «Издательский дом НЕВА», 2001. 512 с.
2. Ениколопов С.Н. Экологическая модель исследования насилия // Тезисы докладов 6-ой Российской конференции по экологической психологии. – М.: 2012. С. 136-138.
3. Лебедева Н.М., Лунева О.В., Стефаненко Т.Г. Тренинг этнической толерантности для школьников. – М.: «Привет», 2004. 358 с.
4. Прихожан А.М. Психология тревожности. Дошкольный и школьный возраст. – М.: Питер, 2009. 192 с.
5. Самаруха В.И. Детерминанты реформирования экономики страны и состояние психологического климата общества // Психологические инновации в экономике и финансах: материалы международной научно-практической конференции. – М.: «Ларк лтд», 2009. С. 93-97.
6. Собкин В.С., Маркина О.С. Влияние опыта переживания школьной травли на понимание подростками фильма «Чучело» // Вестник практической психологии образования. 2009. № 1 (18). С. 48-57.

РАЗДЕЛ 4. ВЛИЯНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ОБ СССР НА ОТНОШЕНИЕ К РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

ОБЫДЕННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ О ДОСТОИНСТВАХ И НЕДОСТАТКАХ ПЛАНОВОЙ И РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ¹

Гордякова О.В.
г. Москва, Россия

Ключевые слова: социальные представления, обыденные представления, социальная память, менталитет, плановая экономическая система, рыночная экономическая система, товарный дефицит, торговый дефицит, теория поколений

Проблема. Одной из важных проблем фундаментальной социальной психологии является проблема *социальной памяти*, которая во многом связана с точностью (или неточностью) воспроизведения в общественном сознании исторических фактов и их интерпретацией. Социально-экономические изменения, которые произошли в нашей стране за последние 30 лет, по своим масштабам настолько велики, что дать точную оценку или в точности предсказать их последствия практически невозможно из-за отсутствия какого-либо исторического опыта.

Действительно, эти изменения не имеют аналогов в истории, поэтому исследование проблемы глобальной перестройки общественного сознания при переходе от плановой экономической системы с соответствующими социальными нормами, ценностями и идеологией к системе традиционных рыночных отношений представляет собой важную и крайне сложную научную проблему.

Мировоззрение новых поколений российских граждан формируется сегодня на основе достаточно противоречивой информации. Эффективное управление государством не может осуществляться в условиях неоднозначного толкования исторического опыта, так как это приводит к проблемам самоидентификации новых поколений и отражается в полной мере на экономике, политике и социальных отношениях. Так, задача патриотического воспитания граждан, задача повышения обороноспособности страны, ее эффективного экономического развития и другие важные составляющие общественной жизни тесно связаны с отношением к событиям как древней, так и новейшей истории государства. Поэтому изучение обыденных представлений

¹ Исследование выполнялось при финансовой поддержке РГНФ: «Влияние обыденных представлений людей о «советском времени» на отношение к рыночной экономике современной России» (№ проекта №13-06-00690).

молодых людей о Родине и является важнейшей задачей современной социальной психологии.

Таким образом, актуальность нашего исследования определяется как научным интересом к явлению социальной памяти, так и прикладной задачей формирования патриотических чувств молодых граждан России. Сегодня в научной литературе и средствах массовой информации ведутся многочисленные дискуссии о том, на какой основе следует формировать патриотические чувства молодежи.

Одни ученые, чиновники и политики утверждают, что основу патриотического воспитания должен составлять опыт позитивных достижений государства (достижения в науке и технике, освоение космоса, победа во Второй мировой войне и т.д.). Они полагают, что негативные факты российской истории, особенно советского периода (репрессии, низкий уровень жизни, хронический товарный дефицит, информационная изоляция и др.), могут быть неправильно истолкованы молодыми людьми, что приведет к снижению уровня патриотизма (Мединский В.Р., Кургинян С.Е., Проханов А.А. и др.).

Другие ученые и политики полагают, что лишь правдивое описание истории без каких-либо идеологических и пропагандистских манипуляций научит новые поколения российских граждан формулировать и решать объективные проблемы, возникающие в стране, не делать ошибок предшествующих поколений и, в конечном итоге, поможет создать справедливое, экономически мощное государство, в котором чувство патриотизма будет не результатом идеологического воздействия, а следствием объективных условий жизни и деятельности всех граждан без исключения (Сванидзе Н.К.).

Данная проблема, безусловно, сложна как в теоретическом, так и эмпирическом планах. Чтобы государственные решения принимались эффективно и обеспечивали необходимые условия для решения всех выше обозначенных проблем, требуются исследования в рамках направления, которое получило в психологии название *теории поколений* (Н.Хоув, В.Штраус, 1991).

В рамках проекта «Влияние обыденных представлений людей о «советском времени» на отношение к рыночной экономике современной России», поддержанного РГНФ, нами изучались обыденные представления о СССР у школьников и студентов. Проводился сравнительный анализ результатов данных групп населения и людей старшего возраста. В исследовании, проведенном на студентах ряда ВУЗов г. Москвы, изучались некоторые обыденные представления о новейшей истории нашего государства и проводился сравнительный анализ с оценками современного состояния ее социальной и экономической жизни. Исследование выполнялось на основе ряда методов (специально разработанная анкета, полупроективная методика незаконченных предложений, методика семантического дифференциала Ч. Осгуда, личностные психодиагностические опросники и др.).

Методы. На первом этапе студенты московских ВУЗов (1 и 2 курсы факультетов экономической социологии, политологии, экономики и финансов)

заполняли анкету, оценивая некоторые социально-экономические характеристики, а также – политические системы СССР и современной России. Представления респондентов, полученные в результате заполнения анкеты, сопоставлялись с результатами их эмоциональных оценок по методике семантического дифференциала, а также коррелировались с личностными характеристиками, полученными по методике 16PF Кеттелла. Испытуемые проходили психодиагностическое тестирование в лабораторных условиях на компьютерном программно-диагностическом комплексе «Мультипсихометр». Анкета, методика семантического дифференциала и методика незаконченных предложений предлагались в аудиторных условиях.

При проведении анкетного опроса респондентам говорилось о том, что «различные государственные системы при их сравнении друг с другом обладают как достоинствами, так и недостатками». Говорилось, что «практически невозможно описать идеальное государство, которое всех без исключения граждан делало бы счастливыми и не нарушало бы чьих-то интересов». То есть любое государство «не может быть идеальным, является средством подчинения, и в этом смысле оно не может быть совершенным». Респондентам предлагался ряд характеристик неких «государственных систем», условно названных «государством первого типа» и «государством второго типа».

Характеристики «государства первого типа» совпадали с характеристиками социально-экономической системы СССР. Характеристики «государства второго типа» во многом совпадали с характеристиками современной России. Респондентам предлагалось оценить характеристики государства, в котором они «предпочли бы жить лично». В результате проведенного исследования (N=440) было получено распределение ответов, представленное на рис. 1.

Результаты и их анализ. Как следует из диаграммы, большинство респондентов (79%) указали на то, что «предпочли бы жить в государстве с рыночной экономической системой», в которой «создается большое количество конкурирующих предприятий». Меньшее число респондентов (21%) отметили, что предпочли бы жить при плановой экономической системе, где «заранее планируется выпуск товаров широкого потребления и продуктов питания на территории всей страны».

При этом, 52% респондентов отметили, что предпочли бы государство с высоким уровнем безработицы, но с рыночной экономикой, где «отсутствие трудовой занятости не является преступлением». Следует отметить, что большинство респондентов, предложивших положительные ответы на данный вопрос, относятся к достаточно обеспеченным семьям. Оценивая занятость как характеристику государства, 46% респондентов ответили, что предпочли бы жить в государстве, где каждый человек не только имеет право получить работу, но и обязан трудиться, а «трудовая незанятость уголовно наказуема».

Вопрос о предпочтении государства с наличием или отсутствием «различий в имущественном положении граждан» показал, что различия в ответах статистически значимы, но отличаются незначительно. Так, например,

55% опрошенных ответили, что предпочли бы жить в стране, где «отсутствуют нищие и очень богатые слои населения». Напротив, 45% опрошенных предпочли бы жить в стране, где «различия в имущественном положении граждан огромны», то есть в стране есть нищие и сверхбогатые слои населения. Интересно, что 98% респондентов заявили, что предпочитают страну, где «частное предпринимательство разрешено законом и поощряется государством». При этом, лишь 2% респондентов отметили, что предпочитают страну, где «частное предпринимательство запрещено законом или сильно ограничено».

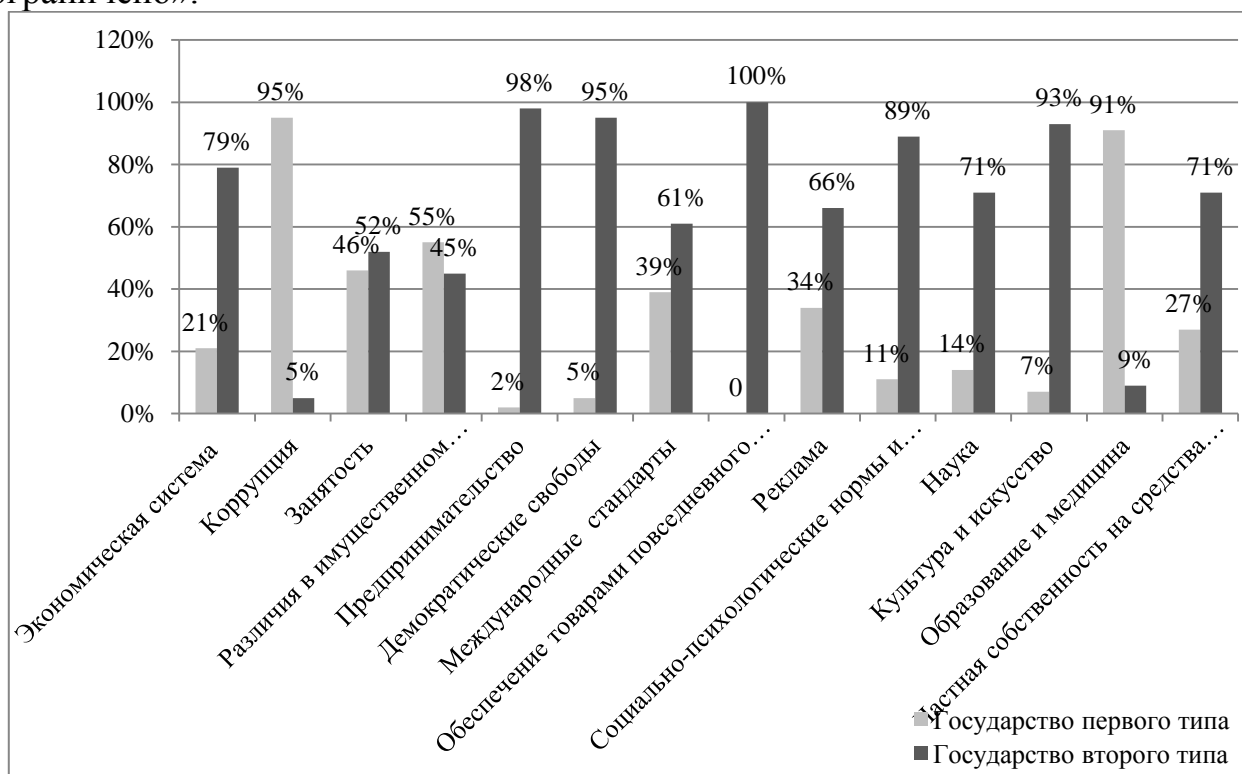


Рис. 1. Распределение ответов респондентов (N=440) на вопросы анкеты для оценки некоторых социальных, экономических и политических характеристик государства, в котором «они предпочли бы жить лично» (различия значимы на уровне не ниже $p < 0,05$)

Интересными оказались ответы на вопрос о формах экономического дефицита. Так, 100% опрошенных заявили, что предпочтут страну, в которой периодически возникает торговый дефицит и кризис перепроизводства («слишком много товаров широкого потребления и продуктов питания в магазинах, трудно сделать выбор»), чем страну, где существует товарный дефицит и «покупатели вынуждены стоять в очередях».

В ответах на вопросы, касающиеся политического устройства «предпочитаемого государства», 95% опрошенных заявили, что они предпочтут страну с низким уровнем коррупции и лишь 5% респондентов примут очень высокий уровень коррупции, если государство будет основано на рыночной экономике. В то же время, 95% респондентов предпочтут государство с «наличием демократических свобод». При этом, 93% респондентов, ответивших на вопросы анкеты, предпочтут государство, где «направление развития культуры и искусства определяются самостоятельно деятелями

культуры», а 71% респондентов – государство, где «наука развивается без официального влияния власти».

При ответах на вопросы об образовательных и медицинских услугах, 91% опрошенных ответили, что они предпочли бы жить в государстве с «бесплатным образованием и медициной, где качество и разнообразие услуг определяется государством».

Заключение. Поскольку данная анкета не предполагала сравнительного анализа СССР и современной России, а оперировала абстрактными понятиями «государство первого и второго типа», то вопрос дальнейших исследований состоит в том, чтобы определить, каковы же представления молодых граждан страны именно о СССР и современной России. Следует также выяснить, какая из этих государственных систем, ее экономические, политические, социальные и идеологические характеристики будут оценены респондентами как предпочитаемые, а какие – как совершенно неприемлемые.

Вывод. Ответы респондентов на вопросы анкеты оказываются достаточно противоречивыми. То есть они предпочитают жить в некоем «идеальном» государстве, которое имеет достоинства как плановой, так и рыночной экономической системы, все необходимые демократические свободы, но с бесплатным образованием и медицинским обслуживанием.

Библиографический список

1. Актуальные проблемы социальной и экономической психологии: методология, теория, практика: Сборник научных статей / Отв. ред. А.Н. Лебедев. – М.: Экон-Информ, 2013. 114 с.
2. Лебедев А.Н. Влияние обыденных представлений о СССР на отношение населения к социально-экономическим процессам современной России. - Гуманитарные науки. №2(10), 2103. С.62-70.
3. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2013.
4. Мельников В.М., Ямпольский Л.Т. Введение в экспериментальную психологию личности. – Просвещение, 1985.
5. Московичи С. Монстр власти. – М.: Алгоритм, 2009.

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВУЗОВ К ОБРАЗУ СССР И СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

*Лебедев А.Н., Гордякова О.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: отношение, эмоциональное отношение, социальная и экономическая психология, обыденные и социальные представления, социальное влияние, семантический дифференциал, теория поколений, социальная психология личности.

Проблема. Психологическое понятие отношения является в настоящее время одним из наиболее важных понятий современной социальной и экономической психологии (В.Н.Мясищев, А.Л.Журавлев, В.П.Позняков). Поскольку отношение субъекта к объекту деятельности всегда носит некую

эмоциональную окраску, то часто говорят об эмоциональном отношении. Эмоциональное отношение тесно связано с когнитивными процессами психической деятельности, что позволяет некоторым авторам рассматривать эмоции в непосредственной связи с перерабатываемой человеком информацией (П.В.Симонов).

Изучение обыденных и социальных представлений (С. Московичи, Д. Жодле, Т.П. Емельянова и др.), стереотипов (У.Липман), мифов (Ю.М.Лотман, А.Ф.Лосев), социальных образов (А.А.Гостев, О.В.Гордякова), социальных воздействий и иллюзий (А.Н.Лебедев и др.) показывают, что динамика отношения к объектам восприятия и воздействия находится в тесной взаимосвязи с эмоциональными переживаниями человека.

Психологические исследования социального влияния (М. Шериф), конформизма (С. Аш), межгруппового взаимодействия (Э. Тедшфел, Ф. Зимбардо) и других социально-психологических феноменов также доказывают, что недостаток информации об объектах восприятия восполняется социальными эмоциями, возникающими в результате социального воздействия одних людей, как правило, обладающих авторитетом, опытом или харизмой, на других (А.Н. Лебедев). Это позволяет выдвинуть обоснованное предположение о том, что эмоциональное отношение молодых людей к прошлому страны, гражданами которой они являются, во многом будет определяться социально-психологическими установками, возникающими на основе их непосредственного общения с людьми старшего поколения или опосредствованного общения через средства массовой информации, искусство и литературу.

Одним из факторов формирования эмоционального отношения к прошлому страны является не только объективная информация о событиях прошлого, но и интерпретация этих событий в крайне эмоциональной форме. Убежденность людей преклонного возраста в правоте своих идей, представлений, оценок и суждений влияет на формирование мировоззрения молодого поколения в зависимости от того, с какой эмоциональностью пожилые, а значит, обладающие авторитетом, люди отстаивают свои убеждения.

В условиях психической деятельности эмоции не только выполняют функцию оценки, как считали некоторые учетные (А.Н. Леонтьев и др.), но и обладают самостоятельной побуждающей к действию, мотивирующей силой (В.К. Вилюнас, К. Изард). Среди огромного количества различных эмоциональных состояний и переживаний, формирующих некое отношение к воспринимаемому объекту, наиболее значимыми для личности молодого человека являются так называемые высшие эмоции (социальные чувства), в частности, – чувство стыда, гордости, собственного достоинства и др.

Одна из сильнейших социальных эмоций зрелой личности – чувство патриотизма – формируется у человека под воздействием не только информации, которую он получает в процессе целенаправленного обучения и воспитания (семья, школа, ВУЗ), но и от случая к случаю, под воздействием средств массовой информации и коммуникации (Интернет), телевизионных

программ (например, всевозможных ток-шоу), отечественных и зарубежных художественных фильмов, в общении с людьми старшего возраста.

Изучение вопросов эмоционального отношения к прошлому России и, прежде всего, к противоречивому прошлому СССР, давно уже стало актуальной темой отечественной социальной психологии. Решение этой проблемы, то есть изучение причин и механизмов, а также факторов, влияющих на формирование такого отношения, – важнейшая прикладная задача.

Нами было проведено исследование эмоционального отношения студентов финансово-экономических ВУЗов к образу СССР и современной России в рамках научного проекта «Влияние обыденных представлений людей о «советском времени» на отношение к рыночной экономике современной России», поддержанного РГНФ¹. Целью данного этапа исследования являлось изучение эмоционального отношения молодых людей к образу СССР в условиях сравнительного анализа «советского прошлого» и «рыночного настоящего» современной России.

Метод. Исследование проводилось методами анкетирования, незаконченных предложений, семантического дифференциала и психодиагностических тестов. Сравнительный анализ эмоционального отношения к СССР и современной России проводился на основе метода семантического дифференциала. На данном этапе в исследовании приняло участие 110 человек.

Методика семантического дифференциала включала шкалы по факторам «активность», «сила», «оценка». Респондентам предлагались прилагательные противоположные по значению, представленные в таблице 1.

Таблица 1.

Методика семантического дифференциала,
применявшаяся в исследовании

1.	Злой	-	Добрый
2.	Грустный	-	Радостный
3.	Далекий	-	Близкий
4.	Плохой	-	Хороший
5.	Озабоченный	-	Беззаботный
6.	Ненадежный	-	Надежный
7.	Нападающий	-	Защищающий
8.	Несправедливый	-	Справедливый
9.	Разрушающий	-	Созидающий
10.	Тревожный	-	Спокойный
11.	Пугающий	-	Расслабляющий
12.	Запрещающий	-	Разрешающий
13.	Бесперспективный	-	Перспективный

Перед началом исследования по данным шкалам респондентам предлагалось оценить некое «идеальное» государство, со средними оценками

¹ Исследование выполнялось при финансовой поддержке РГНФ. Тема: «Влияние обыденных представлений людей о «советском времени» на отношение к рыночной экономике современной России» (№ проекта №13-06-00690).

которого сравнивались средние оценки образа СССР и современной России. На рис. 1 представлены оценки эмоционального отношения респондентов к образу СССР и современной России.

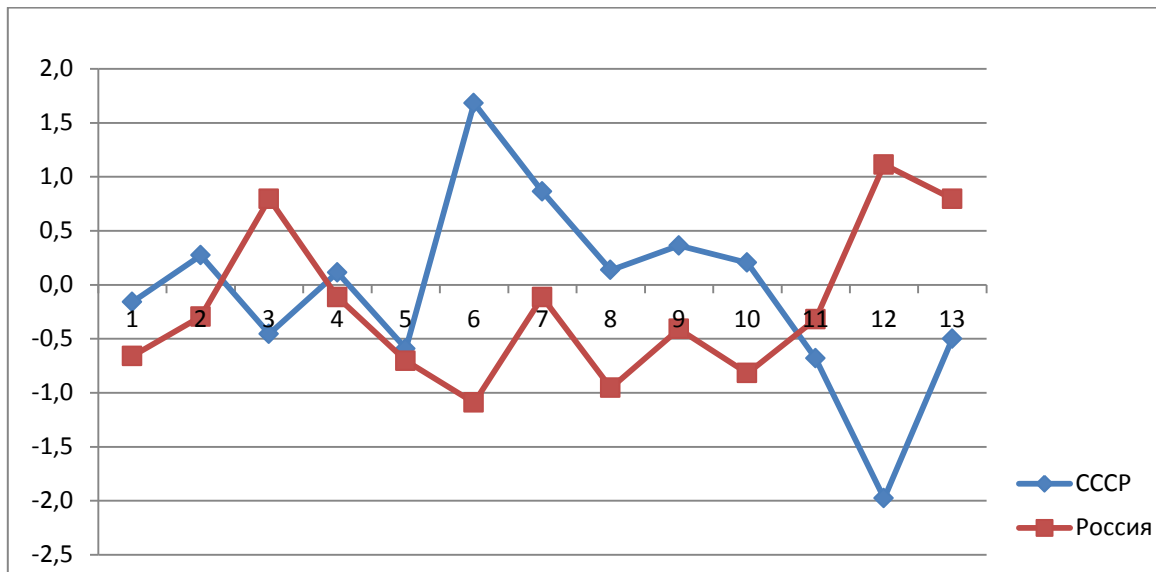


Рис. 1. График распределения средних оценок образов СССР и современной России по методике семантического дифференциала (N=110)

Результаты и их анализ. Как следует из графика на рис. 1, эмоциональное отношение респондентов (студентов 1 и 2 курсов финансово-экономических специальностей московских ВУЗов) по целому ряду характеристик существенно различаются. Так, например, были зафиксированы существенные различия в оценках образа СССР и современной России по шкале «ненадежный – надежный». Респонденты эмоционально оценивали СССР как государство «надежное», а современную Россию – как «ненадежное».

По характеристике «нападающий – защищающий» эмоциональные оценки СССР также существенно значимо превышали оценки современной России. То есть СССР представляется студентам государством «защищающим», а оценка современной России по данному критерию оказывается скорее неопределенной (близка нулю).

По характеристике «несправедливый – справедливый» современная Россия в большей степени оценивается молодыми людьми как «несправедливая», а эмоциональная оценка СССР в значительной степени оказывается по выборке неопределенной. В исследовании получены также различия по шкале «разрушающий – созидающий». СССР по среднему значению оказывается в большей степени государством «созидающим», а современная Россия – «разрушающим». Эмоциональные оценки по шкале «тревожный – спокойный» показывают, что современная Россия в большей степени оценивается характеристикой «тревожный», а оценка СССР оказывается неопределенной (чуть выше нулевой отметки).

Существенные различия в исследовании были получены по шкале «запрещающий – разрешающий». Так, современная Россия в значительной степени характеризуется термином «разрешающий», а СССР понятием «запрещающий» (максимально низкая оценка). Любопытными оказались

результаты, полученные по шкале «грустный – радостный». Они близки нулевой отметке, но СССР в незначительной степени характеризуется термином «радостный», а современная Россия – «грустный». При этом, по шкале «злой – добрый» практически оба оцениваемых объекта в большей степени характеризуются понятием «злой», а по шкале «плохой – хороший» оценки как СССР, так и современной России оказываются неопределенными (близки нулевой отметке).

Наиболее интересными результатами исследования оказались оценки по шкале «бесперспективный – перспективный». Так СССР в значительной степени эмоционально оценивается термином «бесперспективный», а современная Россия – термином «перспективный». Причем оценка современной России является очень высокой, а размах средних значений между оценками СССР и современной России – весьма существенным.

Выводы. В заключении следует отметить, что, несмотря на более позитивные эмоциональные оценки образа СССР, респонденты считают современную Россию намного более «перспективной».

Библиографический список

1. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства. - Издательство «Институт психологии РАН», 2012.
2. Изард К. Психология эмоций. - СПб.: Питер, 2012.
3. Лебедев А.Н. Влияние обыденных представлений о СССР на отношение населения к социально-экономическим процессам современной России. - Гуманитарные науки. №2(10), 2103. С.62-70.
4. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. - Издательство Нобель Пресс, 2011.
5. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2013.
6. Мясичев В.Н. Психология отношений. – Издательство «Московский психолого-социальный университет» (МПСУ), 2011.
7. Пивоваров Д.В. Методы социальной психологии. – Издательство «Академический проект», 2007.

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О СССР И СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

*Лебедев А.Н., Орлова Н.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: теория поколений, образ России, проективные и полупроективные тесты, метод незаконченных предложений, социальные представления, обыденные представления, социальные сравнения, социальная память, психология богатства и бедности, психология нравственности, морально-нравственные нормы.

Проблема. На рубеже столетий мировая социальная психология формулирует новые научные проблемы, актуальность которых определяется не только отсутствием понимания механизмов, вызывающих те или иные

социально-психологические явления, но и интересами практики, глобальными общественными процессами. Наша страна является одним из мощных источников новой социально-психологической феноменологии, что связано с изменениями в социальной, культурной, политической и экономической сферах, с изменениями общественной психологии, динамикой социальных норм и ценностных ориентаций.

Ставшая в последние десятилетия популярной в зарубежной социальной психологии теория поколений (Н.Хоув, В.Штраус, 1991), в нашей стране находит неиссякаемый источник информации для развития ее основных положений. То, что поколения видят мир по-разному и то общее, что передается от поколения поколению, представляет сегодня область, изучением которой занимаются ученые многих социальных и гуманитарных наук (А.Н. Лебедев, 2013).

В российском обществе в настоящее время идет борьба за мировоззрение молодых граждан. Противодействующие силы сталкиваются в борьбе за молодые умы, за нормы и ценности тех граждан, которые в недалеком будущем станут основной движущей силой российского общества. Эта борьба основана на противоречивых представлениях о роли СССР на мировой арене в те годы, когда идеи построения коммунистического общества в мировом масштабе владели умами миллионов людей разного возраста.

С одной стороны, сторонники глобальной коммунистической идеи создают романтический образ страны, выдвинувшей на первый план «задачу воспитания человека нового типа» и создания «новой экономики, основанной на мотивации убеждений с минимальной экономической заинтересованностью». С другой стороны, сторонники рыночных отношений в экономике предлагают новым поколениям идею личного благополучия, материально обеспеченной жизни и отсутствия какой-либо законодательно закрепленной моральной ответственности перед неимущими и малоимущими слоями населения.

Каждый вариант оказывается привлекательным для одних молодых людей и неприемлемым для других. Пока ученые, политики и представители власти соревнуются между собой в поисках убедительных доказательств собственной правоты и используют для этого негативный или идеально-позитивный образ Страны Советов, поколения взрослеют, переходят из состояния детства в состояние юности, а затем – активной зрелости, формируя собственное мировоззрение с учетом исторических фактов, которые выступают одним из основных факторов формирования личности.

Учитывая сказанное выше, следует признать исследование процессов формирования мировоззрения молодых людей одной из актуальных научных и практических задач отечественной социальной психологии. С целью изучения представлений о «советском времени» и сравнительного анализа образов СССР

и современной России, нами было проведено исследование в рамках проекта, поддержанного РГНФ в 2013 году¹.

Метод. Исследование проводилось с применением ряда научных методик. В частности, – анкетирования, полупроективной методики незаконченных предложений, методики семантического дифференциала Ч.Осгуда и серии психодиагностических тестов. Методика незаконченных предложений предлагалась студентам ряда московских ВУЗов по специальностям: экономическая социология, политология, экономика и финансы. Результаты выполнения методики незаконченных предложений были получены от 96 человек и подвергнуты качественному и количественному контент-анализу. При проведении методики респондентам предлагалось закончить следующие предложения:

- «Когда я думаю об СССР, мне приходит в голову, что...»,
- «Когда я думаю о современной России, мне приходит в голову, что...»,
- «В СССР люди...»,
- «В современной России люди...»,
- «В СССР государство прилагало усилия, чтобы...»,
- «В современной России государство прилагает усилия, чтобы...».

Результаты и их анализ. Заполненные бланки методики незаконченных предложений подвергались количественному и качественному анализу, который проводился экспертами (психологами кафедры «Прикладная психология» Финуниверситета при Правительстве РФ). Полученные материалы позволили разделить ответы на несколько групп, оценить и сравнить их содержание. Ответы, по мнению экспертов, различались эмоциональностью (позитивной, негативной и нейтральной), глубиной (глубокие и поверхностные), аргументацией (краткие, развернутые) и рядом других характеристик.

В целом экспертная группа сделала вывод, что обследованная выборка не имеет однозначного представления и не дает абсолютно одинаковых оценок СССР и современной России. Однако чаще образ СССР представляется респондентам (молодым людям) как нечто во многом справедливое по отношению к рядовым гражданам, хотя и существенно ограничивающее их свободы и права. Вариативность ответов на качественном уровне оказывается значительной. В исследовании были выделены некие общие по содержанию характеристики, которые позволяют сделать важные выводы о том, каким представляются «советские времена» респондентам (молодым людям), и как на их фоне воспринимается современная российская действительность.

Так, предложение, начинающееся словами «Когда я думаю об СССР, мне приходит в голову, что...», часто заканчивается позитивными эмоциональными оценками. В частности, встречаются такие высказывания: «в стране был

¹ Исследование выполнялось при финансовой поддержке РГНФ: «Влияние обыденных представлений людей о «советском времени» на отношение к рыночной экономике современной России» (№ проекта №13-06-00690).

порядок», «в целом это были неплохие времена, судя по ностальгии, которая встречается у тех, кто жил в то время», «все были дружными, и все соблюдали очередь», «у всех была зарплата, все работали», «была размеренная жизнь, стабильность, государственная поддержка», «существовала сильная государственная идеология и независимость от стран Запада», «равенство и труд», «все равны», «были полезные продукты по ГОСТу», «все было стабильно», «было лучше», «в стране был порядок» и т.д.

Среди негативных высказываний в задании продолжить предложение «Когда я думаю об СССР, мне приходит в голову, что...», встречались, например, следующие высказывания: «слова «дефицит» и «план» определяли смысл жизни», «люди стоят в очередях, дефицит, идеологическая пропаганда», «все очень противоречиво и относительно», «все ходили в серых костюмах», «Сталин был жестоким», «людям, которые родились в это время не повезло», «люди стоят в очередь за талонами на талоны», «развития не было, и все было под диктовку», «очереди», «много людей страдали от несправедливости», «все было однотипным», «товарный дефицит», «отсутствие экономической свободы» и т.д.

При продолжении незаконченного предложения «В СССР люди...», встречались позитивные высказывания, как, например: «бедно жили, но они к этому привыкли, и в целом людей все устраивало», «жили бедно, но стабильно», «патриоты и активисты», «были добрые», «были довольны тем, что имеют», «были скромнее», «равны и счастливы», «не были такой серой массой, какой они являются сейчас», «были внимательными друг к другу», «были добрее и отзывчивее», «были уверены в завтрашнем дне», «обходились без секса, а детей было больше», «честные», «были более счастливы».

Встречались также и негативные высказывания, например: «скучно одевались», «жили под давлением», «стояли в очередях», «не отличались разнообразием в еде», «были ограничены», «не могли проявить себя», «жили одинаково», «думали, что живут хорошо, при этом не знали, что можно жить намного лучше», «были ограничены коммунизмом и социализмом».

В задании продолжить предложение «В СССР государство прилагало усилия, чтобы...», были получены следующие ответы, положительно характеризующие действия государства в советские времена: «все было справедливо и по плану», «поддерживать идеологию и заботиться о людях», «прилагало усилия, чтобы люди жили хорошо, чтобы люди были счастливы», «обеспечить народ всем необходимым», «все были равны», «люди чувствовали страх перед законом», «развивать государство», «быть лучшими из лучших», «люди были равными», «была справедливость», «все люди обладали равными возможностями», «поддерживать экономику страны», «обеспечить занятость населения», «обеспечить стабильность» и т.д. Следует отметить, что в этом пункте встречается наибольшее количество положительных характеристик. Даже, если продолжение других неоконченных предложений заканчивалось негативными высказываниями, то в данном пункте респонденты давали роли государства в жизни людей однозначно высокую оценку.

Негативные оценки здесь можно проиллюстрировать следующими высказываниями: «держат все под контролем», «подстроить людей под собственные цели», «контролировать запрет на частное предпринимательство», «ничто не пошатнуло идеологию», «люди выезжали за границу» и пр.

Многие респонденты, оценивая состояние современной России, намного чаще давали негативные оценки. Так, продолжая предложение «Когда я думаю о современной России, мне приходит в голову, что...», встречались, например, такие высказывания: «все идет как-то не так, как надо, пора отсюда переезжать», «я сомневаюсь, хочу ли, чтобы здесь жили мои дети», «пора переезжать в Италию», «все очень дорого и велик уровень коррупции», «все плохо», «ее перспективы внушают страх за будущее», «повсюду ходят нищие, пенсионеры жалуются на размер пенсии, все ресурсы идут на экспорт», «государство не заботится о гражданах», «нравственность отсутствует», «мало, что изменилось по сравнению с СССР», «нет уверенности в будущем», «нет альтернативной власти, плохое качество образования в крупных ВУЗах», «неравенство, кризис», «все безнадежно», «все рушится», «в стране очень высокий уровень коррупции», «люди не уверены в завтрашнем дне», «я не знаю, куда она движется», «по-настоящему у людей мало прав», «много рекламы», «про справедливость забыли» и т.д.

Позитивных ответов здесь было намного меньше (не более 10%). Например, встречались такие высказывания: «в этой стране еще много проблем, которые надо решать», «в ней много возможностей, но и много факторов, отвлекающих от пути к успеху», «предпринимательство, бизнес, свобода выбора, но есть коррупция», «Россия развивается», «происходит постепенное развитие», «перспективное будущее» и др.

Интересными оказались продолжения незаконченного предложения «В современной России люди...». В частности, встречаются такие негативные ответы: «стали злее и более заинтересованы в своих личных интересах, чем в групповых», «недоверчивые, агрессивные», «глупые, а если и нет, то бесправные», «злые», «всегда чем-то недовольны», «плывут по течению», «идут по головам», «недовольные, но нерешительные», «двуличные», «боятся власти», «не патриоты», «желают быть индивидуалистами», «не равны», «безразличны», «не доверяют власти», «делятся на два типа: москвичи и русские (остальные)», «живут либо очень богато, либо бедно», «практически отсутствует средний класс», «являются частью общества потребления», «стали эгоистами», «тревожные и озабоченные», «не заботятся друг о друге», «антисоциальны». Лишь около 2% респондентов отметили, что в современной России люди «разные» и «более активны, чем в прежние времена».

Оценивая роль государства в современной России, то есть, продолжая незаконченное предложение «В современной России государство прилагает усилия, чтобы...», очень часто встречаются позитивные оценки, причем их большинство. Так, например, среди позитивных высказываний обнаруживаются следующие: «набрать нормальных госслужащих», «у всех был примерно одинаковый уровень жизни», «не отстать от стран Европы», «догнать Запад», «поднять экономику», «люди были патриотами», «развивать экономику

нашей страны», «люди уважали закон», «коррупции было меньше», «улучшить положение в стране» и т.д. Иногда встречаются негативные высказывания, например о том, что государство поддерживает коррупцию, а государственные служащие стремятся отобрать больше денег у населения. Однако в целом позитивную роль государства в развитии современной России отмечают не менее 70-80% респондентов.

Выводы:

1. Большинство респондентов отмечает, что в СССР имели место как положительные тенденции жизни и экономического роста, так и отрицательные (прежде всего – отсутствие частной инициативы и демократических свобод). При этом большая часть респондентов полагает, что современная жизнь в России характеризуется скорее негативно, чем позитивно.

2. Большинство респондентов считает, что в СССР люди жили «очень бедно, но при этом были довольны своей жизнью». Также большинство полагает, что люди в современной России могут быть охарактеризованы скорее негативно (агрессивность, эгоизм, отсутствие нравственных принципов и др.).

3. Большинство респондентов уверено, что государство прилагает много усилий, чтобы «жизнь в России стала лучше».

Библиографический список

1. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003.

2. Купрейченко А.Б. Проблемы нравственно-психологической регуляции экономической активности // Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. Т.2. С. 17-65.

3. Лебедев А.Н. Влияние обыденных представлений о СССР на отношение населения к социально-экономическим процессам современной России. - Гуманитарные науки. №2(10), 2103. С.62-70.

4. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2013.

5. Пивоваров Д.В. Методы социальной психологии. – Издательство [Академический проект](#), 2007.

ПРОЯВЛЕНИЕ НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РОССИЙСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА В УСЛОВИЯХ РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Поспелова О.И.

г. Дзержинский, Россия

Ключевые слова: национальный менталитет, социотип, ментальность, климатические условия, поликультурность, конформизм.

Многие известные во всём мире особенности национального характера или ментальности наших современников, граждан России, обусловлены историческим наследием и климатическими влияниями. Большинство черт

российского национального характера сформировались в течение длительного периода времени и затем передавались из поколения в поколение, отличаясь исторической преемственностью и устойчивостью.

Социотип «советского человека» также не появился на пустом месте, а во многом воспринял ментальность и культурные традиции предшествующих поколений. Наиболее известные особенности национального характера россиян – граждан СССР, повлияли и продолжают оказывать существенное влияние на отношение к развивающейся рыночной экономике современной России в различных странах мира.

Климатические условия, поликультурность и огромная территория воздействовали на становление российского национального характера. Изначальная поликультурность вела к развитию толерантности и веротерпимости, умению наладить взаимодействие с представителями любой этнической группы.

С одной стороны большие пространства страны обусловили так называемую «широту души» (открытость, гостеприимность, эмпатийность), с другой - определили небережливое, расточительное отношение к имеющимся природным богатствам: земле, лесу, полезным ископаемым, нефти и газу.

Подобное отношение к природным ресурсам свойственно, к сожалению, и современным жителям Российской Федерации. Оно вызывает удивление в развитых европейских странах и Америке, население которых отличается более бережным отношением к национальной природе и её ресурсам.

Суровые климатические условия на территории большей части России сформировали и укрепили традиции гостеприимства. Приём гостей во все времена считался почётным долгом хозяев, вне зависимости от их социального статуса и материального положения. Гостям всегда было принято радоваться, подавать всё самое лучшее (отсюда давний обычай встречать гостей хлебом и солью), делиться материальными благами, а, кроме того, помогать в решении имеющихся у них проблем. Не случайно эти национальные особенности нашли широкое отражение в российском фольклоре.

Обширные пространства и суровый климат повлияли на отношение россиян к власти: она всегда рассматривалась как далёкая и суровая. Из-за удалённости территорий до представителей власти в Российской Империи, а затем в какой-то степени и в СССР, было тяжело добраться. Издавна плохие дороги считались одной из главных государственных проблем и до настоящего времени тормозят поступательное экономическое развитие страны. Известная российская пословица, пришедшая к нам из глубины веков, гласит: «До бога высоко, до царя далеко».

Граждан досоветской России и СССР отличали более независимое по сравнению с жителями Европы отношение к собственности и большая терпеливость. Эти национальные черты определялись совокупностью целого ряда факторов: суровый климат с непредсказуемым урожаем, влияние монголо-татарского ига с разорительными набегами и большой данью, длительное существование крепостного права с невозможностью в полной мере

распоряжаться собственной жизнью, собственностью и результатами труда (Кочетков В.В.).

Вышеперечисленные национальные характеристики также вызывают удивление и даже недоумение у представителей развитых европейских стран и США.

Холодный климат в большей части страны с выраженной сезонностью работы (основное рабочее время в сельском хозяйстве – весна, лето и часть осени) обусловили работу «квантами» или скачками (Кипнис М.И.). Подобный характер деятельности, когда периоды интенсивной работы чередовались с длительным временем отдыха, был свойственен жителям Советского Союза. Он характерен и для современных россиян. Отсюда распространение так называемого «аврального характера работы» - выполнение значительного объёма работы за небольшой временной промежуток и проведение глубинных для государства реформ в короткие сроки.

Представителям моноактивных культур (немцам, шведам, швейцарцам, датчанам, англичанам, американцам) с заранее намеченным чётким графиком работы, точной последовательностью действий, плавным чередованием работы и отдыха, такая скачкообразная деятельность совсем не свойственна (Льюис Р.Д.).

У жителей досоветской, советской и постсоветской России выражены такие черты национальной ментальности, как осторожность и консерватизм. Данные национальные особенности объяснялись климатическими условиями, крепостным гнётом, недоверием к реформам со стороны широких слоёв населения. Реформы в России чаще всего вели к усилению налогового гнёта и ухудшению положения значительной части населения.

Эгалитаризм (равноправие) в общении не был свойственен россиянам любого временного периода. В той или иной степени прослеживалась иерархичность взаимодействия между представителями разных социальных слоёв общества. Вместе с тем, россияне всегда отличались диффузным, разносторонним общением: коммуникация с окружающими людьми зависела от интересов и личностных предпочтений конкретного человека и не имела выраженного утилитарного характера.

Население Советского Союза характеризовалось выраженной комфорностью поведения (зависимостью человека от мнения группы, податливостью влиянию группы), что объяснялось единой официальной идеологией и верой в правоту и силу коллектива. Конформизм в меньшей степени присущ россиянам начала двадцать первого века, что, скорее всего, объясняется разнообразием политических мнений, партий и сил в постперестроечный реформенный период и большей необходимостью принимать самостоятельные решения в целом ряде социальных ситуаций.

Граждане СССР во всём мире известны как люди патриотичные и свободолюбивые. Данные национальные характеристики в полном объёме проявились в годы Великой Отечественной войны. Любовь к свободе и Родине отличали и россиян более ранних временных эпох.

Как и предшествующим поколениям россиян, социотипу советского человека была свойственна так называемая «надежда на авось» (надежда на разрешение важных жизненных проблем с помощью объективных факторов и окружающих людей без активного личного участия). Данная национальная особенность, к сожалению, характеризует и современное население Российской Федерации, что нередко проявляется в необоснованной надежде на помощь иностранцев в решении важнейших национальных проблем (Кочетков В.В.).

Правительства ряда зарубежных государств, например, американское, используют особенности российской ментальности и в условиях развивающейся рыночной экономики пытаются навязать россиянам выгодные им самим сценарии экономического развития.

Характер типичного советского человека отличался значительной противоречивостью: свободолюбием и терпеливостью, верой граждан в собственную уникальность и пиететом по отношению к иностранцам и всему заграничному. Такая двойственность в национальном характере сохраняется в настоящее время уже в новой экономической ситуации.

В заключении хочется сказать, что российский менталитет, как и любой национальный менталитет, отличается значительным консерватизмом, устойчивостью, своеобразием и некоторой противоречивостью. Его черты и особенности достаточно ярко проявляются в новых общественно-исторических условиях, связанных с развитием экономической культуры и деловой этики России. Знание исконных национальных культурных особенностей способствует лучшему пониманию родной культуры и более эффективному экономическому взаимодействию и деловой коммуникации с иностранцами.

РАЗДЕЛ 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРУПЦИИ

ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-СТРУКТУРИРОВАННОГО КАПИТАЛА ПРИ ТРАНСФОРМАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

*Безденежных В.М.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: социально-структурированный капитал, рекомбинированная собственность, сетевая экономика, эволюция форм собственности, теневая экономика.

В соответствии с темой доклада нами рассматривается в большей мере экономическая сущность социально структурированного капитала, выраженная в меняющейся форме собственности, а также воздействие на производительную силу различающихся по отношению к капиталу как собственности социальных групп, и особенности (включая криминальные) их поведения.

1. Рассмотрим эволюцию форм собственности в странах постсоветского пространства. С 30-40-х годов прошлого века на протяжении более чем 50 лет ученые-экономисты многих стран обсуждали вопросы «соотношения плана и рынка». К середине 80-х годов этот вопрос переместился в другую плоскость: «о соотношении общенародной, государственной и частной собственности». Именно тогда, во время постепенного распада системы государственного социализма, появился на свет термин «социалистическая смешанная экономика», определяющий новую экономическую структуру.

2. Д. Старк внес свое понимание в описание смешанной взаимосвязанной экономики, определив ее как «жизнеспособную гибридную форму, которой внутренне несвойственны нестабильность и переходный характер». Проведенное им исследование «внутрифирменных» субподрядных организаций в составе венгерских фирм выявило движение элементов частной собственности через границы теневой экономики. Происходила их диффузия в общенародную собственность внутри социалистических фирм. Результатом такой диффузии стала «диверсификация форм собственности».

«Идентифицируя гибрид общенародной собственности и частной инициативы вместо смешанной экономики с четко разграниченными общественным и частным секторами, нужно исследовать растущее множество форм смешанной собственности, пересекающих и размывающих границы традиционных форм собственности», - отмечает Д. Старк. В значительной мере этот вывод можно распространить на всю территорию стран постсоциализма как одного из направлений формирования сетевых образований, а также Китая.

3. Так авторы китайских реформ пошли по тому же пути, разрабатывая в 90-е годы концепцию фискальной реформы, призванной стимулировать местные власти к развитию «местных предприятий». «Локальный корпоративизм», «гибридная собственность» и «собственность в виде ленты Мебиуса» – каждая из этих концепций освещала определенную грань китайской реформы собственности, что в целом доказывало вывод о том, что китайская экономика не просто является смешанной, а представляет собой некий калейдоскоп смешанных общественных и частных форм собственности.

4. Особое внимание в этом аспекте приобретает исследование А. Уолдера о том, что нельзя ставить знак равенства между реформой собственности и приватизацией. А. Уолдер считает, что «прояснение (четкое определение) прав собственности» (clarification of property rights) в процессе китайских фискальных реформ может значительно повысить стимулы к эффективному использованию общественной собственности без приватизации последней. Она требует более тщательной концептуализации и учета институциональных условий, которые воздействуют на деятельность и последствия рынков. В работе В. В. Куликова отмечается, что «...частная форма собственности господствует фактически во всех развитых странах мира, но уровни их социально-экономического развития различны. Результата зависит от многих обстоятельств, и не в последнюю очередь от того, какая частная собственность создана и в какие условия она поставлена».

5. Исследование Д. Старка также показывает, что трансформация прав собственности может происходить без общепринятой приватизации. Разница, однако, состоит в том, что трансформация прав собственности не обязательно «проясняет» права собственности. Д. Старк показал, что рождающиеся в Венгрии формы собственности размывают:

- а) границы частной и общественной собственности;
- б) организационные границы предприятий;
- в) границы законодательных принципов.

6. Отличительной чертой организационного страхования собственности является его развитие через два параллельных процесса: децентрализованную реорганизацию активов и централизованное управление пассивами. Данные статистических исследований характеризуют динамичное изменение структуры системы отношений собственности. Но их аккуратная оценка затруднительна, потому, что данные Госкомстата втиснуты в дихотомию «государственная – частная» собственность, структурирующую все споры по поводу отношений собственности в постсоциалистических странах. Впоследствии, экономические агенты, действующие внутри бывших крупных государственных фирм, преобразуют отношения собственности на уровне предприятия. В результате мы получаем не только не частную собственность, удовлетворяющую критериям ее точного определения, но и некое продолжение или воспроизводство старых форм государственной собственности.

7. За некоторыми исключениями литература по проблемам трансформации постсоциалистической собственности (в большинстве случаев анализ ограничивается приватизацией) исходит из предпосылки, что экономической

единицей, подвергаемой реструктуризации, должно быть отдельное предприятие. Но признание существования организационно-экономических сетей подразумевает, что в таком случае практическая политика должна быть направлена не на изолированное предприятие, а на сеть предприятий. Подобная альтернативная стратегия реструктуризации собственности должна признавать, что активы и обязательства фирм обладают отчетливыми сетевыми характеристиками.

8. Формирование сетевых схем собственности открывает возможность повышения стоимости существующих активов через их рекомбинацию (перекрестное владение и использование). Кроме того, подобная перегруппировка не требует передачи взаимозависимых активов под «зонтик» иерархически организованной фирмы. В итоге мы видим, как существующая в переходной экономике социально-сетевая собственность являет собой пример формирования корпоративных сетей как альтернативу принудительному дихотомическому выбору между жесткой иерархией и рынком. Таким образом, процесс регулирования рисков реструктуризации за счет перераспределения собственности порождает риски угрозы рейдерского захвата или других форм мошеннических действий.

9. В таком нестабильном организационном окружении, какой является реформируемая экономика, лишь небольшое число экономических агентов ставят целью создание рыночной, т.е. реально конкурентной экономики. Многие, естественно, будут приветствовать такой исход. Но большинство компаний преследует лишь текущие, более прагматические цели: в лучшем случае добиться процветания, в худшем – выжить. Поэтому они стремятся использовать все доступные ресурсы. Здесь возникает не самый простой вопрос: сначала нужно создать адекватную систему учета, где нечто может быть классифицировано как ресурс. На практике иногда может случиться, когда в принципе трудно различить пассивы и активы. Если пассивы вашей организации достаточно велики, они могут быть трансформированы или «переведены» в финансовые инструменты на основе запросов о ресурсах. А если вы перенесли риск или долговые обязательства на плечи банка (и далее – государства) и тем самым придали свои активам иную форму? Таким образом, активы и пассивы баланса могут оцениваться по-разному, на них нужно смотреть сквозь призму принципов учета и характера деятельности корпорации.

10. Нами поддерживается позиция ранее цитированного А. Т. Конькова о том, что велика роль социального капитала как фактора осуществления предпринимательской функции на основе эмпирических данных, характеризующих так называемые «экономики этнических меньшинств». Это территориально-отраслевые сегменты экономики и субрынки труда, где среди работодателей и наемного персонала преобладают представители этнических меньшинств, один из потенциальных криминогенных социальных слоев, а бизнес-практика и хозяйственные отношения строятся на основе системы социальных сетей внутри этнического сообщества.

Как показывают эмпирические данные, свидетельствующие об особенностях предпринимательской деятельности в рамках сетевых экономик этнических меньшинств, некоторые этнические меньшинства создали особенно эффективные «анклавные экономики смешанных форм собственности» даже в странах с развитой рыночной экономикой¹.

В обобщенном виде выявленные особенности воздействия социально структурированного капитала на условия для некриминального предпринимательства заключаются в следующем:

1). Сетевые структуры собственности и социальный капитал способствует повышению эффективности бизнеса, выступая фактором минимизации издержек и повышения продуктивности предпринимательской деятельности. При этом формируются условия для противозаконной и криминальной деятельности.

2). Социально-структурированный капитал является необходимым условием предпринимательского успеха группы. Отсутствие или чрезвычайно малый объем у группы затрудняет формирование эффективной модели предпринимательства даже при активном инвестировании других форм капитала. Группы, обладающие чрезвычайно низким объемом социально структурированного капитала, испытывает значительные ограничения в создании эффективного предпринимательского сообщества даже в том случае, когда они располагают значительным объемом других видов капитала, пригодных для инвестирования в предпринимательство.

3). Недостаток транспарентности управления социально структурированным капиталом может быть компенсирован надежностью институциональной среды бизнеса, поддерживаемой развитой нормативно-правовой базой. В случае ее недостаточности или полного отсутствия неизбежно проявление криминогенного поведения социальных групп.

Библиографический список

1. Авдийский В.И., Безденежных В.М. Риски хозяйствующих субъектов. – М.: Альфа-М. 2013, 368 с.

2. Авдийский В.И., Дадалко В.А. Теневая экономика и экономическая безопасность государства. – М., 2009. С. 118.

3. Куликов В. Приватизация: ретро взгляд. // Российский экономический журнал. № 5-6. 2007. С. 5.

¹ Распространенным объяснением предпринимательского успеха отдельных этнических групп является культурная трактовка, предписывающая им особый «предпринимательский талант», определяемый преимущественно в категориях духовных ценностей и этических норм. Однако данный подход не предложил более или менее универсальной системы историко-культурных черт, которые сопутствуют предпринимательскому успеху. Культурная трактовка не вполне убедительна и при объяснении известных эмпирических данных о том, что среди групп, добивавшихся наибольшего успеха в развитии предпринимательства, в разные годы были представлены этнические и религиозные общности, культурные ценности которых различаются весьма существенно. В 19-20 веках в европейских странах и США такими группами были: евреи, ирландцы, китайцы, корейцы, японцы, арабы. В России на протяжении указанного периода времени наиболее значительная доля предпринимателей отмечалась среди немцев, евреев, а также среди старообрядцев. В настоящее время состав этнических групп расширился, что в ряде сфер деятельности и регионов привело к определенной специализации рынков по видам деятельности, включая полукриминальные и криминальные.

4. Becker, G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education. New York: National Bureau of Economic Research, 1964.
5. Johnson, H.G. The Economic Approach to Social Questions // *Economica*, February 1968. Vol. 36.
6. Schultz, Th. Investment in Human Capital // *American Economic Review*. Vol. 51 (March 1961).
7. Jacobs, J. The Life and Death of Great American Cities. New York: Random House, 1961.
8. Бурдые П. Формы капитала // *Экономическая социология (электронный журнал)*. – 2002. Т.3. № 5. С. 60-74.
9. Коньков А.Т. Социальный капитал и экономическое взаимодействие. М.: Изд-во РУДН, 2006.
10. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 122-139.
11. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // *Экономическая социология (электронный журнал)*. 2002. Т.3. № 3.
12. Burt R.S. A Note on Social Capital and Network Content // *Social Networks*. 1997. №19.
13. Lin, N. Building a Network Theory of Social Capital // *Connections*. 1999. Vol. 22. №1.
14. Старк Д. Рекомбинированная собственность и рождение восточно-европейского капитализма. *Вопросы экономики*. // № 6, 1996.

РЕПРОДУКЦИЯ КОРРУПЦИИ В ВУЗОВСКОЙ СРЕДЕ В ОЦЕНКАХ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Ивчик В.В.

г. Горки, Республика Беларусь

Ключевые слова: вузовская среда, взяточничество, вымогательство, антикоррупционные меры.

Уровень коррупции – это, на наш взгляд, существенный индикатор состояния нравственной и правовой культуры общества. Коррупция проявляется в различных формах и видах, а ее последствия для любого социального организма являются крайне негативными: получение отдельными лицами либо группами незаконных доходов, коррозия государственного аппарата власти и подрыв доверия людей к нему, социальная и политическая нестабильность, торможение в развитии предпринимательства и здоровой конкуренции, углубление социального неравенства и т.п. Масштабность коррумпированности в любой стране зависит от конкретных условий и причин, но прежде всего она связана с низким уровнем правосознания и морали, игнорированием правовых норм и законов, неэффективностью работы государственных и правоохранительных органов, отсутствием прозрачности в экономических отношениях (наличие серых схем между субъектами экономической деятельности).

Поскольку данное асоциальное явление имеет место в Республике Беларусь, то Указом Президента от 7 мая 2007 г. №220 была утверждена Государственная программа по борьбе с коррупцией во всех сферах общественной жизни. Не составляет исключения и система высшего образования, серьезный ущерб имиджу которой и репутации конкретных вузов наносит духовно-

нравственная деформация образовательной среды, обнаруживающаяся, прежде всего, в таком явлении как мздоимство посредством вымогательства и взяточничества. О том, насколько широко оно распространено среди преподавательского корпуса и в студенческой среде, можно судить по результатам социологических опросов студентов-заочников выпускных курсов белорусских аграрных вузов, проведенных в 2003 (n=358), 2010 (n=916) и 2012 (n=709) годах.

Так, по результатам анкетирования в 2003 году более трети респондентов констатировали наличие в вузовской среде вымогательства и взяточничества (7,8% – широко распространены, 28,5% – иногда встречаются). В 2010 году существование подобных феноменов отметили 3,4% и 15,5%, а в 2012 г. – 2,4% и 29,3%, соответственно. Среди преподавателей немало тех, кто использует труд студентов в лично-корыстных целях (строительство, работа на садовом участке и т.п.), но распространенность подобной «услуги» непрерывно сужается. В 2003 году – 36,3%, в 2010 г. – 12,8%, а 2012 г. – 7,9% опрошенных студентов-заочников ответили, что данное явление либо «широко распространено», либо «иногда встречается».

Немало студентов для сдачи зачетов, экзаменов, защиты курсовых работ и проектов выбирают различные окольные пути в качестве основного либо вспомогательного варианта. Так, в 2003 году 24,6% опрошенных студентов выбрали вариант ответа «готовлюсь сам и подношу «подарок» преподавателю», а 3,6% – «подношу «подарок» преподавателю и получаю положительную оценку». По результатам опроса в 2010 году к подношению «подарков» преподавателю для получения положительной оценки прибегали 2,7% студентов-заочников, а 5,5% – решали вопросы через знакомых и/или посредников. В 2012 году только 5 респондентов (0,7%) признались в индивидуально-автономном взяточничестве; в основном же получение за мзду положительной отметки на экзамене, защите курсовой работы (проекта) решалось путем собирания денег на взятку всей группой (8,5%) либо через посредников (3,8%).

Какие же «подношения» делают преимущественно отдельные студенты-заочники педагогам за получение положительной отметки? Наиболее распространенной формой являются деньги (20,7%, 6,6%, 15,8% – соответственно по трем опросам). По распространенности на втором месте в двух первых опросах – продукты питания (14,0% и 3,7%), а в третьем – сувениры (8,8%) потеснили их вместе со спиртными напитками (по 7,6% выборов) на ступеньку ниже в этом девиантно-криминальном рейтинге. Кстати, мзда сувенирами являлась в более ранних опросах третьей по распространенности формой «задабривания» преподавателей (6,7% и 3,7% – в 2003 и 2010 годах, соответственно). Из всех остальных видов «подарков» и «услуг» обратим внимание на такой, как «топливо и запчасти для техники (автомобиль, трактор и др.)». В 2003 году 4,2% заочников признались в личном использовании такого способа «увещевания» преподавателей, в 2010 и 2012 годах их количество поубавилось до размера статистической погрешности (1,1% и 0,3%, соответственно).

От кого же исходит инициатива, какая из сторон-участников противозаконного решения вопросов, связанных с оцениванием учебной работы студентов, провоцирует и подталкивает к коррупционным действиям? инициа-

торами являются: отдельные студенты (на это указали 17,9%, 10,4%, 18,1% респондентов, соответственно); посредники – 17,9%, 3,4% и 12,4%; старосты групп – 6,4%; 5,6%, 7,9%; преподаватели – 8,7%, 1,1%, 6,6%. Из приведенных данных видно, что в 2010 году, в сравнении с 2003 годом, уменьшилось количество таких инициатив как со стороны самих студентов и посредников, так и преподавателей. Это, как нам представляется, было связано с активизацией антикоррупционной работы правоохранительных и административных органов, обусловленной реализацией Декрета Президента Республики Беларусь № 3 «О некоторых мерах по усилению борьбы с коррупцией» (апрель 2009 г.). Однако само асоциальное явление не было искоренено как в обществе, так и в вузовской среде (согласно результатам опроса 2012 года, общее число инициаторов взяточничества даже увеличилось по сравнению с 2010 годом).

Оценку, не адекватную показанным в ходе экзаменационной сессии знаниям, получают не только те, кто каким-то способом непосредственно ее «проплатил» (услуги, деньги, подарки и т.п.), но и различные категории студентов, имеющие возможность использовать свое и своих родственников служебное положение и социальный статус (чиновники, руководители организаций, депутаты, бизнесмены, и др.). Как показал опрос 2012 года, подобного рода «пресинг авторитетом» многие преподаватели не выдерживают и, как правило, завышают отметки на зачетах и экзаменах «статусным» студентам-заочникам. По мнению респондентов, чаще всего это совершалось в отношении родственников преподавателей (37,2%). Столь же явным для опрошенных заочников оказалось завышенное оценивание знаний родственников руководящих работников и чиновников (20,0%); реже это наблюдалось в отношении студентов из числа предпринимателей (12,1%) и работников правоохранительных органов (18,3 %).

Каковы же причины и цели вымогательства и взяточничества у тех преподавателей, которые этим занимаются? Таковыми, прежде всего, заочники считают (опрос 2012 г.): 1) низкую заработную плату в сфере высшего образования – 38,1%; 2) получение легкого дополнительного дохода – 25,9%; 3) хорошо обеспеченные студенты сами склоняют к этому преподавателей – 25,0%; 4) жадность отдельных преподавателей – 16,8%. Далее следуют варианты: с целью обогащения – 10,7%; не боятся быть наказанными за противоправные действия – 7,3%; существующая в студенческой среде традиция вознаграждать преподавателей за оказанную услугу – 5,2%; отсутствие гласности о выявленных фактах коррупции – 25,9%.

Уровень готовности активно участвовать в пресечении коррупционных явлений, как показали результаты последнего социологического исследования, у респондентов оказался невысок. Так, по их собственному признанию, только 15,8% готовы обратиться в случае вымогательства в правоохранительные органы, а 24,4% – к ректору вуза. Незнание того, что дача взятки, как и ее вымогательство, являются уголовно наказуемыми деяниями, констатировали 12,8% студентов; при этом только 40,9% – не будут ни при каких обстоятельствах предлагать преподавателям взятку для решения своих учебных проблем. Более

того, лишь 22,3% респондентов считают, что педагогам-взяточникам «не место в вузе», а больше тех, кто безразличен в своем отношении к ним (28,1%).

Таким образом, результаты исследований показывают, что основными причинами коррупционных явлений в вузовской среде являются: стремление некоторых преподавателей получить легкий дополнительный доход, а студентов – без усилий решить вопросы с получением положительных оценок; невысокая заработная плата бюджетников; недостаточная работа правоохранительных органов; возможность для взяточдателей и мздоимцев избежать наказания.

Снижению уровня коррупции в обществе будет способствовать, по нашему мнению, скоординированный комплекс правоохранительных и правоприменительных, административных, экономических (в частности, повышение оплаты труда бюджетникам), организационно-воспитательных и информационно-пропагандистских мер, повышение нравственной и правовой культуры населения, что в конечном итоге позволит сузить масштабы коррупционных рынков и более результативно пресекать коррупционную преступность.

ФАКТОРЫ СКЛОННОСТИ К КОРРУМПИРУЮЩЕМУ ПОВЕДЕНИЮ¹

*Камнева Е.В., Анненкова Н.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: коррупционное поведение, коррумпирующее поведение, ценности, отношение к правовым институтам

Одной из самых распространенных экономических и политических проблем в мире является коррупция. Согласно данным ежегодного доклада Всемирного банка о состоянии делового климата государств мира Россия в этом рейтинге располагается на 92 месте.

В настоящее время 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. Часто коррупция определяется как подкуп должностных лиц, получение ими взяток.

Рассматривая составляющие 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

¹ Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по Государственному заданию Финансового университета 2013 года.

путем злоупотребления служебным положением (Кривченков А.С., Ванновская О.В.).

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. 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.

Результатом вышеназванного одна из форм коррупции - элементарная взятка, представляющая обмен ненормативных услуг на деньги, дополняется такими новыми видами, как обмен услуг на услуги, обмен услуг на приобретение более высокого статуса в различных социальных структурах и т. п. (Радаев, 1998). Аналогичные виды коррупции, в отличие от ее денежных форм, не предусматриваются законодателем, что формирует для них почти не имеющее границ пространство.

Коррумпирующее также как и коррупционное поведение детерминруется 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. 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 30 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 коррумпирующему 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.), причем 63,3% испытуемых готовы предложить взятку за содействие в ускорении процесса решения проблемы, 43,3% - 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.

Анализируя результаты исследования нормативных идеалов у испытуемых с готовностью к коррумпированному поведению, можно отметить, что для них наиболее значимы 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.

Положительное отношение к закону выявлено у 29,1% студентов данной подгруппы. Непоследовательным и противоречивым отношением к праву характеризуются остальные участники исследования. В то же время согласно представлениям 58,3% респондентов российское население негативно относится к закону.

37,5,% респондентов характеризуются отрицательным отношением к должностным лицам, 20,8 % имеют положительное отношение к представителям власти. Но в то же время в представлении 87,5% испытуемых люди негативно относятся к властным структурам.

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 коррумпированному поведению являются негативное отношение к праву и властным структурам, и отсутствие отрицательного отношения к экономическим преступлениям.

Второй и третий факторы представлены ценностями. 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.

Библиографический список

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. Научно-практический журнал. № 3 (47), 2013. С. 152.

КОНТРАКУЛЬТУРНОСТЬ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА КОРРУПЦИИ

Малышев В. А.

г. Ярославль, Россия

Ключевые слова: организационная культура, организационная контркультура, нонконформизм, стаж, «сила – слабость» сотрудника, теоретический конструкт.

Выдвинуты предпосылки для создания типологии людей, составляющих контркультуры в организации, представлены параметры, положенные в основу типологии, указаны гипотетические типы.

Постановка проблемы исследования. Большинство исследований в области организационной культуры посвящены выявлению основных принципов, парадигм, составляющих этого системного феномена, влияющего на поведение людей в организации. Исследования же тех индивидов, которые в меньшей степени подвержены влиянию доминирующей в организации организационной культуре и руководствуются другим организационным феноменом, имеют также высокую научную значимость. Мы же в нашей работе уделяем внимание еще более узкой проблеме в сфере организационной контркультуры, такой как выявление типов людей, составляющих организационную контркультуру.

Закономерно, что знания об аспектах организационной культуры только элементарного уровня доступны всем людям, которые работают в организациях, имеющих как простую, так и усложненную структуру. Многие просто не знают о наличии такого предмета, хотя строят своё поведение в организации в соответствии с определёнными принципами, но осознание этих принципов считают не важным. Другие же знают или предполагают, как и вследствие чего ведут себя сотрудники организации тем или иным образом. Нам же наиболее интересны индивиды, которые вследствие своей

профессиональной некомпетентности или крайней неопределённости обнаруживают свою неэффективность, но желают остаться в этой организации, или не могут её покинуть. Данные типы могут не полностью соглашаться с принятыми нормами или правилами в группе и даже создавать свои, т.е. строить контркультуру основной организационной.

Исследователи организационной культуры констатируют тот факт, что одним из самых важных элементов оргкультуры является оппозиционная субкультура, или контркультура. Среди этих оппозиционных контркультур могут быть выделены следующие виды: 1) прямая оппозиция ценностям доминирующей организационной культуры; 2) оппозиция структуре власти в рамках доминирующей культуры организации; 3) оппозиция к образцам отношений и взаимодействий, поддерживаемых доминирующей культурой. Контркультуры в организациях проявляются обычно в период кризиса или серьёзных организационных изменений, как форма группового защитного поведения. Некоторые "контркультурные" группы могут стать достаточно влиятельными в ходе крупномасштабных трансформаций, связанных со значительными изменениями в природе, структуре и характере организации (Карпов А.В.). Наличие конфликта между подгруппами, имеющими собственные субкультуры, негативно сказывается на групповой деятельности. Если внутренние проблемы не урегулированы, если люди озабочены шаткостью и неясностью собственного положения, если им неведомы правила игры и потому непонятен подлинный смысл происходящего, они не могут должным образом сосредоточиться на решении насущных проблем организации. С другой стороны, необходимость решения проблем, от которых может зависеть само существование организации, часто приводит к быстрому достижению консенсуса и сфере внутренней интеграции (Шейн Э.Х.).

Эти люди относятся к определенным группам, и именно поэтому целью нашего исследования становится изучение типов индивидов, составляющих организационные контркультуры.

Возможные типы. Существование данных типов, по нашему мнению, обуславливается наличием устойчивых, инвариантных параметров, которые выделяют их из массы других индивидов в организации.

При формировании типологии индивидов, составляющих организационные контркультуры мы основывались на системном понимании природы этого феномена. К контркультурности приводит не один возникший в трудовой деятельности индивида фактор, а их совокупность.

Для обозначения первого параметра выделяемых типов персонал может рассматриваться с позиций наибольшей или наименьшей склонности к независимости, или нежелания выделяться, боязни отторжения группой, следования за большинством – **конформизмом**. Само данное понятие в целом разделяет сотрудников на конформистов и сотрудников нонконформистов. Говоря о феномене группового давления, многие авторы имеют в виду чисто психологическую характеристику позиции индивида относительно позиции группы, принятие или отвержение им определенного стандарта, мнения, свойственного группе, меру подчинения индивида групповому давлению (Андреева Г. М.).

Следовательно, для индивидов, не разделяющих или частично разделяющих общепринятую оргкультуру, вероятно, наиболее характерен комплекс характерологических особенностей, входящий в понятие конформизм - нонконформизм.

При создании типологии индивидов, составляющих контркультуры, помимо выделения психологических аспектов нами не могут быть приняты во внимание основные организационно-трудовые характеристики, которые могут быть выявлены в результате экспертных оценок.

В нашем исследовании мы выделили параметр *стажа* работы индивида в конкретно взятой организации. Исследователями организационной культуры отмечают важность данного понятия, следовательно, оно также весьма весомо с позиций рассмотрения организационной контркультуры. Какой определенный временной промежуток индивид профункционировал в организации, так он себя и проявил, с точки зрения оценки способностей работника и приобретения им практического опыта по своей специальности.

Так же мы выделили параметр *силы – слабости* индивида как работника. Данный параметр в целом раскрывает то, насколько индивид устойчив к влиянию на него различных аспектов деятельности в организации и как эффективно способен он выполнять поставленные перед ним задачи. Каждый руководитель может сказать про любого своего подчиненного «сильный» он или «слабый» работник.

Кратко рассмотрев выделенные параметры можно увидеть полярное отличие типов индивидов составляющих контркультуры. На эту тему мы выдвинули несколько предположений, которые легли в основу нашего теоретического конструкта.

В результате выработки концепции с помощью математического моделирования, полярных показателей и с учётом первоначальных факторов «сильный – слабый», «новичок – старожил» и «конформизм – нонконформизм» можно предположить следующие типы людей в организации через модель представленную на рисунке 1.

Полученные типы в соответствии с нашим теоретическим обзором будут иметь следующую градацию.

1. Сильный тип, старожил, конформист.
2. Сильный тип, старожил, нонконформист.
3. Сильный тип, новичок, конформист (к людям).
4. Сильный тип, новичок, нонконформист (от людей).
5. Слабый тип, новичок, конформист (к людям)
6. Слабый тип, старожил, конформист.
7. Слабый тип, старожил, нонконформист.
8. Слабый тип, новичок, нонконформист.

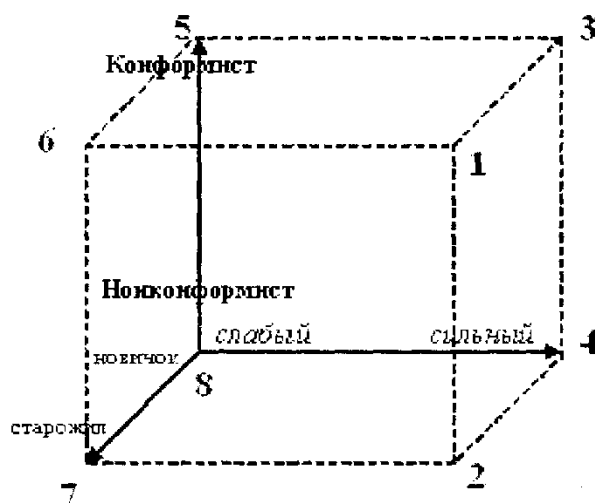


Рис.1. Теоретический конструкт.

Таким образом, в результате теоретического моделирования можно предположить достаточно логичную типологию индивидов составляющих контркультуры в организации и эта модель нуждается в эмпирической верификации.

Выводы

1. Проблема типологии индивидов составляющих контркультуры в организациях изучена в меньшей степени.

2. В основу типологии могут быть заложены такие параметры как конформизм, стаж и сила – слабость работника.

3. Выделены восемь типов в соответствии с построенным теоретическим конструктом.

РАЗДЕЛ 6. РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ

РОЛЬ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ СТУДЕНТОВ

Бадмаева С.В.
г. Москва, Россия

Ключевые слова: экономическое сознание, формирование экономического сознания, элементы экономического сознания.

В настоящее время анализ многочисленных исследований помогает понять, что формированию экономического сознания предшествует развитие экономического самосознания, когда у человека формируется отношение к самому себе как к субъекту экономических отношений, как к субъекту хозяйственной деятельности, что определяет направленность экономического поведения. Многие ученые считают, что экономическое сознание студентов вузов еще находится в процессе формирования, однако уже определяет поведение, ценностные ориентации, жизненные цели и средства их достижения; увидеть проявление экономического сознания у данной категории людей можно: в оценках экономических процессов; в реальной экономической деятельности, например, когда студенты имеют самостоятельные заработки; в профессиональном и социальном самоопределении, т. е. в формировании образа будущего как субъекта экономической деятельности.

В качестве основных факторов формирования экономического сознания личности необходимо выделить экономическое образование в школе, в вузе, системе дополнительного образования и экономическое воспитание в семье, поскольку учитывать влияние экономических компонентов среды сверстников или СМИ, по сравнению с семьей и школой, вузом достаточно сложно, так как они являются менее контролируемыми факторами.

Рассматривая проблему формирования экономического сознания у студентов вуза при изучении дисциплин социально-психологического цикла как «Психология», «Экономическая психология», «Экономическая социология» и т.д., нами выделяются следующие условия: ориентация учебного процесса на самоактуализацию сущностных сил личности; формирование культуры самопознания и саморазвития в сфере экономических отношений; ориентация учебно-воспитательного процесса на субъектное становление личности; диалогизация образовательного процесса; полисубъектный характер взаимодействий между всеми его участниками; проблематизация содержания учебных курсов, с учетом экономических ориентаций, а также актуальных потребностей самих студентов; позитивный эмоциональный фон, сопровождающий учебную и профессионально-ориентированную деятельность; использование диагностики и самодиагностики развития.

По мнению исследователей в области экономической психологии, экономическое сознание есть составляющая сознания, высший уровень психического отражения экономических отношений человеком.

Среди элементов экономического сознания следует назвать, во-первых, те элементы, которые выполняют побудительную и регулятивную функцию экономического поведения: экономические нормы; экономические мотивы человека; экономические интересы.

Во-вторых, к элементам экономического сознания относят экономическое мышление и экономические представления. Экономическое мышление – это обобщающее и опосредованное отражение экономической действительности, которое включает в себя познание объективных законов экономики, превращение полученных знаний в убеждения и ценностные ориентации, их реализацию в экономической деятельности. Экономические представления – это представления человека о том, как функционирует экономика, это некий образ экономической реальности. Основными факторами, определяющими формирование экономических представлений, являются: принадлежность к определенному социальному слою (Г. Маршалл, П. Томас, А. Фенэм); территориальные особенности проживания и черты личности, детерминированные национальными особенностями (М. Сигал, А. Фенэм, Д. Швальб); возрастные особенности (Г. Ягода); половые особенности (А. Клеа, А. Фенэм).

Третьим элементом экономического сознания являются чувства и эмоции, которые возникают у человека в процессе осуществления экономической деятельности: чувства удовлетворения от процесса или результата труда (практические эмоции); эмоции познания экономических законов и экономической действительности (гностические эмоции); эмоции, возникающие от существования и реализации желания получить признание; эмоции, возникающие в процессе преодоления опасности, при риске; эмоции, возникающие при получении прибыли или же при оказании благотворительной помощи другим.

К четвертому компоненту относят ощущения и восприятия в экономической сфере. Следует отметить, что второй и четвертый компоненты, из представленных нами, осуществляют функцию отражения объективной экономической реальности, помогают создавать модели экономической сферы жизнедеятельности, тогда как первый и третий выполняют функцию регулирования, определяют возможности изменения окружающего мира и человека.

При изучении дисциплин социально-психологического цикла («Экономическая психология», «Экономическая поведение» «Экономическая социология и т.д.) со студентами вуза можно выделить следующие задачи по формированию экономического сознания:

1. Развитие образа экономического Я (представление о себе как о субъекте экономических отношений и представление о себе как о будущем субъекте хозяйственной деятельности) и его характеристик: сложность и дифференцированность; субъективная значимость; целостность и

последовательность; устойчивость, стабильность; власть Я (ощущение собственной самоэффективности) и ценность Я (понимание и принятие себя, стремление к саморазвитию); образ экономического Я в качестве целевой установки активной хозяйственной деятельности в современных экономических условиях; развитие экономического самосознания: осознание себя как субъекта экономических отношений; осознание своей активности в процессе хозяйственной деятельности; осознание себя «через другого»; моральная оценка себя, развитие рефлексии;

2. Развитие самооценки: профессионального и экономического Я; своих профессиональных и экономических возможностей; адекватная самооценка; развитие адекватного отношения к выбранной профессии и будущей хозяйственной деятельности, принятие значимости профессии и хозяйственной деятельности для личности. Развитие самоотношения: отношения к себе как будущему профессионалу и специалисту, как субъекту экономических отношений; отношение к избранной профессии и профессиональному сообществу; отношение к ценностям выбранной профессии.

3. Развитие стремления к самоактуализации и саморазвитию: способность к профессиональной и экономической саморегуляции; самоэффективности, самоутверждению; стремление к профессионально-личностной самореализации; стремление к профессиональному и экономическому самовоспитанию; развитие активной экономической позиции; готовности активно действовать по отношению к профессии как к значимой сфере хозяйственной деятельности; составление плана профессионального развития; наличие профессиональной и экономической направленности; способности к саморазвитию экономической эффективности: развитие умения ставить перед собой задачи оптимального уровня трудности, стимулирующие формирование экономического сознания.

Формирование экономического сознания студента вуза при изучении дисциплин социально-психологического цикла можно рассматриваться как одно из приоритетных направлений работы в вузе, требующих пристального внимания и разработки условий, средств его осуществления.

Библиографический список

1. Бадмаева С.В. Экономическая социализация людей разного возраста как психологический феномен.-/Актуальные проблемы организационной и экономической психологии: коллектив. монография: Ч.2».– М. Изд-во МГОУ, 2012 , с.303-333.
2. Борисова Л.Г. и др. Экономическое поведение выпускников средних школ в условиях становления рыночных отношений. Новосибирск, 1999
3. Верховин В.И., Зубков В.И. Экономическая социология. М.: РУДН, 2002
4. Профессиональное образование в современной России: социальные детерминанты неравенства доступа, мотивации и спроса // Экономическая социология, т.2, 2001, № 3. С.124-126
5. Хашенко В.А. Социально-психологические детерминанты экономической идентичности личности // Проблемы экономической психологии. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. - Т. 2. –с.. 513–556.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ И ОЦЕНКА КОМПЕТЕНЦИЙ РАБОТНИКА

Ерофеев А.К.
г. Москва, Россия

Ключевые слова: профессиональный стандарт, компетентность, компетенции, квалификация.

Профессиональный стандарт — характеристика *квалификации*, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности. В Трудовом Кодексе Российской Федерации «*квалификация*» определяется как «уровень знаний, умений, профессиональных навыков и опыта работы» (Статья 195.1) Профессиональный стандарт является новой формой определения квалификации работника, связанной с его *обучением и образованием*. Необходимость разработки и введения новых профессиональных стандартов определена Указом Президента РФ № 597 от 7 мая 2012 г. «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики». В соответствии с утвержденными правительством РФ планами к 2015г. должны быть разработаны 800 профессиональных стандартов. Порядок разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов устанавливается Правительством Российской Федерации с учетом мнения Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений.

В законе «Об образовании» в Российской Федерации *обучение* определяется как «целенаправленный процесс организации деятельности обучающихся по овладению знаниями, умениями, навыками и *компетенцией*...». В определении понятия образование также включен термин *компетенции*: «образование - единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и *компетенции*...» (см. Статья 2. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе). ТК РФ и закон «Об образовании» в РФ – согласованные документы, в которых термин *компетенции* употребляется как понятие, синонимичное таким устоявшимся в психологии труда понятиям, как «Знания, Умения и Навыки» (сокращенно ЗУНы) и «Профессионально-Важные Качества» (ПВК). В профессиональных стандартах понятия «*профессиональная компетенция*» и «компетентность» зачастую отождествляются и обозначают способность успешно действовать на основе практического опыта, умения и знаний при решении профессиональных задач. В психологии труда и организационной психологии эти термины различаются и уровни компетентности и компетенций оцениваются и измеряются различными методиками. Эти различия принципиальны для практики, так как готовность выпускников учебных заведений и молодых специалистов к профессиональной

деятельности и результативность работников со стажем (опытом работы) совершенно очевидно должна оцениваться различными способами. Готовность к работе человека со стажем может оцениваться по его прошлым достижениям, позволяющим судить о его *компетентности*, подтвержденной опытом. Готовность же к работе новичка, не имеющего опыта работы, должна определяться при помощи оценки его *компетенций* - необходимых, но недостаточных характеристик для достоверных заключений о его *компетентности*.

В наших исследованиях были проанализированы различные определения компетенций, приведенные в работах классиков компетентностного подхода (Д. Мак Клеганда, Р.Бояциса и др.), и сделан вывод: о компетенциях, как о строго определенных понятиях, имеет смысл говорить только, если определены методы анализа работы, на основании которых создаются модели компетенций и определяются методы их оценки и измерения (Ерофеев, 2010; Ерофеев, Метнева, 2011;2012). Простые опросы руководителей, содержащие вопросы типа «Какие качества работников Вы считаете наиболее важными характеристиками их результативности?», в лучшем случае позволяют составить контрольные списки ПВК, пригодные для их оценки методом опроса коллег, но малоприспособленные для разработки комплексных программ оценки компетенций в наблюдаемых действиях (ассесмент-технологий и центров оценки). В этих работах были определены методики построения и оценки компетенций, отвечающих стандартам диагностики организационного поведения (описаны в работе «Теоретические и эмпирические основы диагностики организационного поведения» (Ерофеев, 2012)).

В 2009г. был проведен опрос 45 экспертов, участвовавших в подготовке совместного заседания Московского отделения общества психологов и кафедры психологии труда и инженерной психологии факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, посвященного концептуально-терминологической проблеме, связанной с понятиями «компетенции» и «профессионально-важные качества»

Во многом благодаря описанной здесь дискуссии удалось сформулировать следующее определение компетенций. *«Компетенция*ми» *мы предлагаем называть профессионально важные навыки, знания и личностные качества, причинно связанные с умениями выполнять работу на должном уровне и преуспевать в профессиональной деятельности. Умения на должном уровне качества выполнять работу должны быть описаны и содержательно раскрыты в соответствующем профессиональном стандарте и утвержденных руководством организации и документально закреплённых локальных нормах (критериях) оценки качества работы. Во внутренних нормативных документах организации должны быть указаны критерии/компетенции, которые характеризуют эффективность работу (трудовую деятельность) исполнителя в определенной отдельной организации, на определенном рабочем месте, в определенном производственном коллективе. Описание методик оценки необходимых навыков, знаний и личностных качеств должно прилагаться к описанию любой модели компетенций, удовлетворяющих предложенному*

определению. Единой системы методик, «закрепленных» за каждой компетенцией, нет и не может быть. Но есть стандартные международные и российские требования, предъявляемые к любым диагностическим методикам и качеству услуг, оказываемых при оценке работников (например, ISO 10667-2:2011(E)). Эти требования должны строго выполняться всеми, кто разрабатывает и применяет методики оценки компетенций с соблюдением требований международных стандартов. *Причинно-следственная связь* между навыками, знаниями, личностными качествами и объективными критериями результативности работы должна устанавливаться в валидизационных исследованиях при разработке моделей компетенций. Все методики оценки компетенций и их различных атрибутов (например ПВК) должны проходить опытную эксплуатацию в пилотных исследованиях. На основании анализа эмпирических результатов оценки в пилотных исследованиях должна быть доказана валидность применяемых методик и соответствие их эксплуатационных характеристик качества Российским и международным стандартам.

ПВК и ЗУНы, таким образом, согласно данному определению соотносимы, как это и было ранее принято, с определенными профессиями и профессиональными стандартами трудовой деятельности, а компетенции по определению являются характеристиками исполнителя конкретной работы и, следовательно, соотносятся с конкретными видами работ в определенной организации. Можно, несколько заострив разницу между рассматриваемыми понятиями, сказать, что ПВК и ЗУНы характеризуют «профессионала», а компетенции - «работника», точнее - готовность профессионала к выполнению конкретной работы.

Приведенное в работе данной определение компетенций не противоречит формулировкам принятых законов РФ и может быть использовано при разработке профессиональных стандартов.

ПОДГОТОВКА ИННОВАЦИОННОЙ ЛИЧНОСТИ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Коробанова Ж.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: инновация; инновационная деятельность; высшее образование; уровни образования; тип инновационной готовности.

Присоединение России к Болонскому процессу и переход на уровневую систему образования имеет неоднозначное значение в процессе инновационного развития страны. Безусловная необходимость реформирования системы образования, пересмотра образовательных стандартов, повышения престижа высшего образования в стране не оставляет выбора пути дальнейшего развития. Одаренные и талантливые люди необходимы человеческому

обществу во все времена, и особенно во времена политических, экономических и социальных перемен. Поэтому в современной России проблема выявления, поддержки и реализации потенциала личности, способной к инновационной деятельности, приобретает особую значимость. Вместе с тем, существуют мнения, что вхождение России в Болонский процесс снижает эффективность образования (Юсов, 2011). Это касается, например, уровня креативности выпускников, овладения навыками практической работы и навыками исследовательской работы.

Инновационный тип личности является предметом многих научных исследований. Так, В.Н. Шевченко указывает на три существенно новых требования к инновационной личности: умение интегрировать разные виды научного знания, способность к постоянному переосмыслению мира, способность понимать и предвидеть последствия инноваций, добровольно принимать на себя ответственность (Шевченко, 2010).

Цель исследования: изучить представления людей с разным типом готовности к инновациям о возможностях современной системы высшего образования в плане подготовки инновационной личности¹. Общая выборка составила 60 человек (37 женщин и 23 мужчин), средний возраст – 22 года. Качественный состав выборки представлен респондентами с высшим образованием, квалификация «специалист» (40 чел., из них 4 чел. получили степень магистра) и студентами 2-3-х курсов, обучающихся по направлениям бакалавриата (20 чел.).

В исследовании использовалась анкета, разработанная на основе аналитической модели современной личности (см. Штомпка, 1996) и обобщенной модели личности (Герасимов, Илюхина, 1999), и методика И.О. Загашева «Тип готовности к инновациям», представляющая собой личностный опросник для определения типа готовности к инновациям.

Оценки респондентами содержания, форм и методов российского высшего образования с точки зрения подготовки инновационных кадров распределились следующим образом (таблица 1).

Оценка различий средних значений двух групп респондентов по Q-критерию Розенбаума показала, что средние оценки специалитета не ниже средних оценок бакалавриата ($Q_{эмп}=2$). При этом на ведущих позициях специалитета по мнению респондентов стоят «высокая ценность образования», «признание плюрализма мнений, существования разных точек зрения» и «готовность к преодолению постоянно возникающих препятствий». Низший ранг в оценках специалитета приходится на «открытость к экспериментам, инновациям и изменениям». Высокие оценки возможностей бакалавриата получили позиции «ориентация на настоящее и будущее», «планирование будущих действий для достижения поставленной цели», «высокая ценность образования», «способность находить идеи и возможности их оптимальной реализации». Низший ранг при-

¹ Публикация подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по Государственному заданию Финуниверситета 2013 года.

ходится на «чувство справедливости в отношении вознаграждения за затраченный труд».

Таблица 1.

Средние оценки инновационных качеств выпускника по специальности и бакалавриату и самооценки

	Характеристики инновационной личности	Специалитет, n=40	Само-оценки, n=40	Бакалавриат, n=20	Само-оценки, n=20
1	Открытость к экспериментам, инновациям и изменениям	3,15	3,77	3,2	3,78
2	Признание плюрализма мнений, существования разных точек зрения	3,73	4,26	3,5	4,338
3	Ориентация на настоящее и будущее	3,60	4,46	3,65	3,78
4	Уверенность и способность преодолевать жизненные препятствия	3,60	4,10	3,35	4,00
5	Планирование будущих действий для достижения поставленной цели	3,63	4,15	3,75	3,89
6	Вера в возможность регулирования и прогнозирования социальной жизни	3,20	3,41	3,6	2,949
7	Чувство справедливости в отношении вознаграждения за затраченный труд	3,33	3,67	2,9	3,89
8	Высокая ценность образования	3,90	4,21	3,75	3,56
9	Уважение достоинства других людей независимо от статусной позиции	3,68	4,46	3,4	4,33
10	Потребность в переменах, умение уйти от власти традиций, определяя точки развития и адекватные им социальные механизмы	3,28	4,05	3,55	4,06
11	Наличие творческой личности как личного качества и творческого (креативного) мышления	3,45	4,00	3,35	3,946
12	Способность находить идеи и возможности их оптимальной реализации	3,60	4,00	3,65	3,78
13	Системный и прогностический подход к отбору и организации нововведений	3,58	3,90	3,25	3,39
14	Способность ориентироваться в состоянии неопределённости и определять допустимую степень риска	3,55	3,97	3,55	4,00
15	Готовность к преодолению постоянно возникающих препятствий	3,73	4,03	3,55	3,72
16	Развитая способность к рефлексии и самоанализу	3,45	4,38	3,4	4,22

При сопоставлении оценок системы высшего образования и оценок респондентами себя как инновационных личностей обнаружены статистически значимые различия ($Q_{эмп}=12$ и $Q_{эмп}=11$ соответственно). То есть, выпускники вуза и студенты оценивают свои личностные характеристики, способствующие инновационной деятельности, как высоко развитые.

Доминирующим типом готовности к инновациям в данной выборке (как среди специалистов, так и бакалавров) является готовность на основе позитив-

ного эмоционального восприятия всего нового. Такой тип готовности характеризуется позитивным восприятием всего нового и готовностью поддерживать инновации при условии интереса к такой деятельности и сохранения «чувства новизны». В группе специалистов преобладает также тип готовности при условии личностной и профессиональной самореализации, участие в инновационной деятельности определяется возможностями профессионального роста. В группе бакалавров выражен тип готовности при условии принятия на себя ответственности за инновацию, за дело.

Таким образом, результаты показывают высокие самооценки инновационных качеств и высокую готовность современных молодых людей к инновационной деятельности, если эта инновационная деятельность будет способствовать профессиональному росту и давать возможность принимать на себя ответственность. Вместе с тем, оценки возможностей разных форм и уровней образования в плане подготовки инновационных кадров оказались чуть выше среднего. Обнаруженное противоречие вызывает вопрос о неосознаваемых детерминантах инновационного поведения личности.

Библиографический список

1. Герасимов Г.И., Илюхина Л.В. Инновации в образовании: сущность и социальные механизмы (социологический аспект). – Ростов н/Д: НМД «Логос», 1999. – 136 с.
2. Шевченко В.Н. Инновационная личность как социальный тип // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. – 2010. – № 2. – С. 37-51.
3. Штомпка П. Социология социальных изменений: Пер. с англ. – М.: Аспект-Пресс, 1996. — 416 с.
4. Юсов А.Б. Реформа высшего образования в России и инновационная экономика // XIX Кондратьевские чтения «Модернизация Российской экономики: уроки прошлого, шансы и риски»: тезисы участников Чтений. Международный фонд Н. Д. Кондратьева. – М., 2011. – 316 с.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА)

Кулько Е.И.

г. Горки, Республика Беларусь

Ключевые слова: профессиональное самоопределение, экономическое образование, компетенции, конкурентоспособность.

Подготовка учащейся молодежи к жизни в новых социально-экономических условиях предполагает активизацию ее личностного и профессионального самоопределения, творческого развития. В системе профессионального образования должны "выращиваться" культурные, высокообразованные люди, способные творчески мыслить и действовать. В связи с этим содержание и технологии профессионального образования переосмысливаются в направлении ори-

ентации на развитие личности учащегося. Личность становится самоцелью общества, главной движущей силой общественного прогресса. При этом под развитием понимается, прежде всего, саморазвитие, а непрерывно саморазвивающиеся люди становятся главным капиталом общества.

В этих условиях возникает проблема поиска новых методологических подходов к осмыслению процесса профессионального образования. Динамично развивающаяся экономика обусловила необходимость подготовки и переподготовки высококвалифицированных кадров, в том числе специалистов по бухгалтерскому учету, анализу и аудиту (бухгалтеров, аудиторов, экономистов-аналитиков, финансовых аналитиков).

Анализ организации и методики учебного процесса в экономических вузах выявил ряд существенных проблем. Проблемы современного экономического и его элемента - бухгалтерского образования можно подразделить (с некоторой долей условности) на две группы:

1. Проблемы методологии экономического образования.
2. Проблемы организации и методики.

К методологическим проблемам современного экономического образования можно отнести: значение роли бухгалтера в управлении организацией, проблема методологии преподавания специальных дисциплин, проблема качества бухгалтерского образования.

В современных условиях хозяйствования трудно переоценить роль бухгалтера (бухгалтера-аналитика) в управлении организацией. Учетно-аналитическая система аккумулирует экономическую информацию, необходимую для разработки и принятия управленческих решений в подразделениях организации (отдел сбыта, отдел снабжения и пр.). Любой экономист (менеджер, маркетолог) должен уметь извлекать из бухгалтерского учета релевантную информацию. Основным источником информации служит бухгалтерская (финансовая) отчетность, отражающая результаты деятельности организации и содержащая агрегированные показатели. Отчетные формы (например, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств) могут быть преобразованы в аналитические таблицы, содержащие информацию, необходимую менеджерам и другим специалистам для разработки стратегии и тактики организации.

Среди проблем методологии существенное значение имеет проблема преподавания специальных дисциплин. По нашему мнению, «хронической болезнью» современного бухгалтерского образования является его оторванность от хозяйственной практики. Студенты в процессе изучения специальных дисциплин получают в основном теоретические знания, которые бывает трудно применить на практике. Практические задачи и хозяйственные ситуации, решаемые на семинарских занятиях, носят фрагментарный характер и не позволяют оценить всю работу бухгалтера.

Возможны следующие варианты решения обозначенной проблемы.

В настоящее время в экономических вузах студенты изучают дисциплину «Лабораторный практикум (решение сквозной задачи по финансовому и управленческому учету)». Изучение этой дисциплины предполагает применение информационных, в том числе компьютерных технологий (1С: Бухгалтерия). В

процессе решения сквозной задачи осваивается практический финансовый учет и не уделяется внимание управленческому учету. Кроме того, многие студенты имеют недостаточные теоретические знания по финансовому учету и финансовой отчетности, в связи с чем приходится заново повторять материал, пройденный в процессе изучения соответствующих дисциплин.

Вторым вариантом решения проблемы является организация учебно-производственной практики на 3-4 курсах (для студентов очной формы обучения) Например, в первом семестре изучается несколько дисциплин (финансовый учет, финансовая отчетность и финансовый анализ), во втором семестре полученные теоретические знания закрепляются хозяйственной практикой студентов. Достоинством этого варианта является возможность оформления трудового стажа. Тогда студенты, окончившие вуз, имеют трудовой стаж, необходимый для устройства на работу, и реальные практические умения, позволяющие осуществлять работу бухгалтера, экономиста, финансиста и т.д.

Немаловажное значение имеет проблема качества подготовки специалистов-бухгалтеров. Одна из существующих проблем состоит в отборе и использовании учебно-методической литературы по бухгалтерскому учету, анализу и аудиту. В настоящее время издательства и книжные магазины предлагают огромное количество экономической литературы, среди которой немало низкокачественных книг и брошюр. Полагаем, что преподаватели должны тщательно отбирать учебники по читаемым ими курсам, делать акцент на трудах известных ученых (Я.В. Соколов, С.А. Николаева, В.Ф. Палий). Следует рекомендовать студентам монографии, изучение которых позволит акцентировать внимание на актуальных проблемах бухгалтерского учета, анализа и аудита и разрабатывать научное мышление, вырабатывать научный стиль изложения студенческих работ.

Обобщая вышеизложенные факты, необходимо обратить внимание на дальнейшую разработку проблем методологии бухгалтерского образования, решение которых позволит создать систему образования, адекватную социально-рыночной экономике и сформировать высококвалифицированный кадровый потенциал государства.

Мировая практика, особенно последнего периода развития общества и экономики, убедительно свидетельствует о постоянном возрастании роли человеческих ресурсов. Они не только выступают в качестве предпосылки формирования кадрового потенциала, освоения новых знаний и технологий, компетенций, лучшего использования международного разделения труда, но и становления нового образа жизни, развернутой системы долгосрочных интересов и мотивации. Способности к труду, определенный профессионализм человека, несомненно, очень важны, он должен много знать, уметь, быть высокопроизводительным, эффективно организованным, конкурентоспособным, но этого мало, не менее важны и многочисленные, и другие его качества и способности, в том числе, например, здоровье, генетическая предрасположенность, семейная и национальная заинтересованность. Все эти качества оказывают большое влияние на жизнь общества, стран и мирового сообщества.

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ У БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ

Чернявский А.А.

г. Дзилинь, Китайская Народная Республика

Ключевые слова: будущий экономист, предпринимательская компетентность, проектная компетентность, ценностные ориентации.

Экономические процессы в государстве в настоящее время рассматриваются как базовые. Общество и государство формирует социальный заказ на личность будущего экономиста, как профессионала способного к развитию и конкурентоспособности экономики страны, предприимчивого, проактивного.

Компетентностный подход в формулировке целевых ориентиров современного высшего профессионального образования в области экономики в настоящее время диктует рассмотрение предпринимательской компетентности будущего экономиста, в качестве одной из ключевых. Однако содержание ФГОС ВПО направления «Экономика» содержит недостаточно точные формулировки, которые не дают возможности трактовать предпринимательскую компетентность в качестве одной из целей образования экономиста.

Проблема формирования предпринимательской компетентности рассматривалась в работах Е.П. Белан, которая справедливо полагает, что предпринимательские компетенции – это интегральные надпредметные характеристики качества подготовки менеджера (Белан Е.П.); Е.А. Лапа, доказавшей, что подготовка выпускников вуза к предпринимательской деятельности – это процесс освоения знаний, умений, навыков и способов действия, формирование качеств личности, нравственного поведения, свойственных субъекту современной проектно-практической деятельности в сфере предпринимательства с целью получения предпринимательского дохода (Лапа Е.А.). М.Л. Ньюшенкова обосновала методологию формирования предпринимательской культуры менеджера социально-культурной деятельности (Ньюшенкова М.Л.). Психологические аспекты предпринимательской компетентности и сходных феноменов рассмотрели ряд ученых. В.С. Морозова определила ее как совокупность личных и деловых качеств, навыков, знаний, модель поведения, владение которыми помогает успешно решать бизнес-задачи и достигать высоких результатов деятельности (Морозова В.С.). Т.Г. Хащенко обосновала в качестве системообразующего элемента личностной готовности к предпринимательской деятельности способ жизнедеятельности личности в сфере экономических отношений в качестве активного творца и хозяина обстоятельств, ресурсов и результатов своего труда, профессионального развития и самореализации (Хащенко Т.Г.). З.Г. Ханова, психологическую готовность к предпринимательской деятельности описала как психическое состояние личности, которое характеризуется

социально-экономической направленностью, ценностно-целевыми ориентациями, субъектно-деятельностными смысловыми структурами и степенью осознанности отношений к предпринимательской деятельности (Ханова З.Г.).

Среди исследований зарубежных экономистов аспекты предпринимательства как воспроизводства общественного интеллектуального капитала рассмотрели Дж. Акерлоф, М. Спенс, Дж. Ю. Стиглиц- в аспекте информационной экономики: обоснована необходимость учета наличия разных картин мира у участников рыночных отношений и необходимости учета механизмов формирования информационных моделей субъектов предпринимательства (Akerlof G., Spence A.M., Stiglitz J.E.). И.Р.Д. Ауманн, Т.К. Шеллинг в рамках коммуникативной экономики обосновали новое понимание проблем конфликта и кооперации с помощью анализа в рамках теории игр (Aumann Y.R.J., Schelling T.C.). Чу Яньхун- исследовал развитие человеческого капитала на примере КНР (Яньхун Чу).

Анализ литературных источников по изучаемой проблеме показал, что формирование предпринимательской компетентности будущих экономистов в условиях межкультурной интеграции до сих пор не являлось предметом целенаправленного педагогического исследования.

Выявились существенные противоречия между: проявлениями глобализации в высшем образовании: ростом конкуренции выпускников, которая имеет масштабный, международный характер, увеличением студентов – мигрантов, и недостаточностью разработок по использованию этих тенденций как ресурсов для адекватного изменения условий образования в вузе будущих экономистов;

социальным заказом общества и государства в области подготовки личности будущего экономиста к профессиональной самореализации в сфере предпринимательства, в том числе международного и недостаточностью обоснования условий для формирования предпринимательской компетентности студента - будущего экономиста в условиях межкультурной интеграции в вузе;

актуальностью постнеклассической парадигмы в гуманитарных науках и малодоступностью для студентов-будущих экономистов применения адекватных данной парадигме рефлексивных форм и методов профессионального образования. Выявленные противоречия позволили сформулировать проблему исследования: при каком содержании, формах, методах и педагогических условиях у студентов вуза будет продуктивным формирование предпринимательской компетентности в условиях межкультурной интеграции. Для решения этой проблемы были обоснованы нижеследующие положения.

1. Предпринимательская компетентность студента - будущего экономиста- это личностно-профессиональное качество, базирующееся на системном подходе, которое носит надпредметный характер формируется на базе просоциальных ценностей предпринимательства, отражающих не только личный, но и общественный интерес, представлено комплексом знаний отечественного и зарубежного опыта предпринимательства, умения ставить

цель, готовности к риску, умений проектирования, способностей использовать инновационные идеи и решения; опыта работы с информационными ресурсами; способности организовывать решение коллективных задач в области социально-экономического проектирования; стремлением к самодостаточному распоряжению своей жизнью, социальной ответственностью перед коллективом, клиентам и результатам, оно обусловлено включенностью в предпринимательскую деятельность реального или учебно - профессионального характера.

2. Процесс формирования предпринимательской компетентности студентов - будущих экономистов рассматривается в рамках включенности студентов в решение учебно-профессиональных задач проектного характера, что существенным образом влияет на уровень освоенности экономической культуры.

3. Структура предпринимательской компетентности представлена следующими компонентами: ценностным, проектно-деятельностным, субъектным. Критериями формирования предпринимательской компетентности являются ценностно-социальный, предполагающий в основе предпринимательства, ценности просоциального характера; проектная компетентность, как личностное качество, выражающее готовность к реализации предпринимательских проектов; социальная ответственность в отношениях к команде, результатам деятельности и клиентам в социально-экономическом проектировании.

В качестве показателей ценностно-социального критерия определен - выбор студентом-экономистом в качестве приоритетных- ценностей отражающих не только личный, но и общественный интерес, реализующихся в контексте концепции социального капитала; проектная компетентность, как личностное качество включает целеустремленность, гностичность, освоенность проектной деятельности, самоконтроль; социальная ответственность диагностируется проявляемой организационной активностью в отношениях с клиентом, с профессиональной средой в процессе социально-экономического проектирования.

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА ОБРАЗОВАНИЯ: ИРРАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ

*Шипкова О.Т., Шатаева О.В.
г. Москва, Россия*

Ключевые слова: поведенческая экономика образования, эвристики, познавательные иллюзии, nudging.

Структурный дисбаланс на рынке труда является одной из проблем формирования инновационной экономики в России. Несоответствие запросов по специальностям со стороны работодателей и квалификационной структуры выпускников вузов поднимает не только проблемы экономического характера,

но, зачастую, несет психологическую окраску, формируя неудовлетворенность выбранной специальностью, выполняемой работой и, в целом, жизненной стратегией. Реалии инновационной экономики вынуждают экономических субъектов действовать и принимать решения в условиях высокой степени неопределенности и рисков. Все это требует дополнения базовых подходов в области подготовки экономистов и управленцев. Таким существенным дополнением являются научные достижения в области поведенческой экономики, которые особенно актуализируются в момент нарастания неопределенности и рисков при принятии решений. В контексте экономики образования научные достижения данной сферы могут быть использованы в двух аспектах: 1) как часть общетеоретической и практической подготовки специалистов, способствуя формированию экономического сознания индивида; 2) как научная теория, позволяющая объяснить поведенческую специфику принятия решений в области образования.

Важность первого аспекта обусловлена тем, что каждый из нас в повседневной и профессиональной жизни постоянно вынужден принимать какие-либо решения. Часть из них мы принимаем молниеносно, не задумываясь, другие – требуют тщательного осмысления. Но как бы мы не действовали, взвешивая все «за» и «против», или действуя интуитивно, мы сталкиваемся с риском принятия ошибочного или не самого лучшего решения. Сложность или невозможность переработки всей доступной информации, необходимой для принятия взвешенного решения, приводит к тому, что используются определенные упрощенные правила оценки ситуации и поведения в ней. В поведенческой экономике они названы «heuristics» - эвристики. Они ведут к существенным систематическим ошибкам в принятых решениях – biases, называемым погрешностями или отклонениями в поведении. Дополнение стандартных экономических курсов знаниями из области поведенческой экономики позволит ограничить нашу интуицию критическим осмыслением; усовершенствовать оценочные суждения о действительности и заменить в принятии решений иллюзии пониманием. Это, безусловно, внесет неопределимый вклад в формирование экономического сознания индивида, принимающего свои решения в реалиях современного мира. Особенно важным, с нашей точки зрения, является развитие навыков анализа эмоционального фона принятия решения. Влияние эмоций может объяснить нестандартное поведение в определенных ситуациях. Иногда мы ведем себя в ущерб собственным долгосрочным интересам и делаем это осознанно. Причем влияние текущего эмоционального состояния на принятие решений может длиться гораздо дольше, чем испытание собственно этого эмоционального состояния (Andrade E.B., Ariely D.). Такой долгосрочный эффект объясняется авторами тем, что действия в прошлом используются как точка отсчета для принятия текущих решений, и люди стараются вести себя согласованно со своими прошлыми действиями, даже если эмоциональный фон принятия того решения уже давно был забыт. Это явление называется эмоциональным каскадом (Ариели Д.). В связи с этим, нами предлагается сделать акцент на совместную работу психологов и экономистов с целью разработки совместных

программ тренингов, позволяющих развить навыки идентификации эмоционального фона решения и применения специфических техник контроля эмоций при принятии экономических решений в разных профессиональных областях.

Второй аспект актуализируется в связи с тем, что выбор вуза является примером процесса принятия решения, связанного с высокой степенью неопределенности. Решения в области высшего образования осуществляются ограниченное количество раз, подвержены эмоциональному накалу и исключают возможность обучения на собственных ошибках. Все это приводит к тому, что принимающие решения субъекты идут по пути наименьшего сопротивления, принимая жизненно важные решения, используют упрощенные процедуры – эвристики, которые приводят к систематическим ошибкам и заблуждениям. Когда потребности не осознаются субъектами, их решения подвержены влиянию окружающей среды. Если индивид не в состоянии оценить альтернативы, особенно актуальным становится способ их представления (*framing*), и, именно, он предопределяет выбор. Выбор будущей профессии сопряжен с такими поведенческими ошибками (приводящими к отклонениям от рационального поведения), которые впоследствии существенно влияют на дальнейшую жизненную и профессиональную стратегию человека. Проведенное нами исследование удовлетворенности студентов бакалавриата выбранной специальностью выявило наличие дифференциации между ожидаемой, используемой при принятии решения о выборе специальности (*expected, decision utility*) и фактической (*experience utility*) оценкой полезности. Причем выявилось снижение этой оценки на «популярных» специальностях, связанных с экономикой и менеджментом. Кроме того, порядка 90% опрошенных желают получить дополнительную специальность. Осуществленный «ошибочный» выбор начинает формировать дальнейшие предпочтения студентов (эффект самовоспроизведения собственных решений, когда первоначальное решение становится своеобразной «точкой отсчета»). Они существуют в среде выбранной специальности, т. к. люди не приемлют значительных изменений своей жизни в связи с несклонностью к риску. В нашем исследовании мы используем результаты научных работ в области поведенческой экономики (включая фундаментальные работы Д. Канемана, А. Тверски, Д. Ариели, Р. Талера, а также ученых, работающих в формирующемся научном направлении поведенческой экономики образования) для разработки эффективной стратегии стимулирования выбора магистерской программы. Для этого анализируется контекст принятия решения (как на уровне поступления в вуз, так и при переходе из бакалавриата в магистратуру) с целью выявления «узких» мест, стимулирующих применение студентами эвристик, использование которых, в свою очередь, генерирует поведенческие ошибки и погрешности. Исходя из выявленных потенциальных отклонений в поведении, предлагаются различные способы влияния на выбор без его ограничения (*nudging*). Предложенные нами способы влияния на выбор включают: формирование нужного (исходя из интересов экономики страны, вуза, отдельной кафедры и собственно студента) фрейма выбора, создание условий

для использования «пути наименьшего сопротивления», создание позитивной текущей эмоции при выборе магистерской программы, варьирование методов, количества и содержания информации о магистерских программах и ряд других. Кроме того, на основе проведенного нами опроса студентов бакалавриата выявлены ключевые характеристики магистерской программы, которые являются определяющими при ее выборе. Среди них наиболее значимыми оказались: возможность совмещать работу и обучение в магистратуре, возможность выбора дисциплин (богатая вариативная часть магистерской программы), возможность стажировки за рубежом, преподаватели-практики, положительные результаты трудоустройства выпускников и среда обучения (кто обучается и кто преподает). Учет научных достижений в области поведенческой экономики позволяет сконструировать выбор магистерской программы таким образом, чтобы, с одной стороны, нивелировать негативные последствия ошибочного выбора специальности при поступлении в вуз, а, с другой стороны, «подтолкнуть» к выбору профессий, необходимых экономике страны на том или ином этапе ее развития.

Библиографический список

1. Ариели Д. Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом / Д. Ариели, пер. с англ. П. Миронова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
2. Andrade E.B., Ariely D. The enduring impact of transient emotions on decision making // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. – 2009. - №109. – P. 1–8.
3. Kahneman, D. *Thinking, Fast and Slow*. London: Penguin, 2012.
4. Thaler, R. H. and Sunstein, C. R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press, 2008.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Абдуллаева Ирина Бахтиаровна, аспирант, Институт психологии имени Г.С. Костюка НАПН Украины, г. Киев, Украина.

Акбарова Анастасия Азаматовна, соискатель Института психологии РАН, г. Москва, Россия.

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

Бадмаева Светлана Владимировна, к. пед. н., доцент, ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва, Россия.

Безденежных Вячеслав Михайлович, д. э. н., профессор, заведующий кафедрой «Анализ рисков и экономическая безопасность», ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Россия.

Бендюков Михаил Александрович, д. психол. н., профессор, Петербургский государственный университет путей сообщения, г. Санкт-Петербург, Россия.

Блохин Виктор Николаевич, преподаватель, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки, Республика Беларусь.

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

Воробьев Алексей Анатольевич, к. экон. н., начальник отдела анализа, ГУП «Дирекция гаражного строительства», г. Москва, Россия.

Воробьева Анастасия Евгеньевна, к. психол. н., научный сотрудник ФГБУН «Институт психологии РАН», г. Москва, Россия.

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

Глебов Виктор Васильевич, к. психол. н., доцент, Российский университет дружбы народов, г. Москва, Россия.

Гордякова Ольга Владимировна, к. психол. н., зав. кафедрой «Социальная психология», НОУ ВПО «Московский институт психоанализа», г. Москва, Россия.

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

Ерофеев Александр Константинович, к. психол. н., доцент, МГУ им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия.

Жебит Владимир Александрович, к. психол. н., директор проекта, Физический институт им. П.Н. Лебедева РАН, г. Москва, Россия.

Закиров Рашит Шарипович, к. экон. н., доцент, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Челябинск, Россия.

Захаренко Татьяна Александровна, старший преподаватель, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки, Республика Беларусь.

Иванихин Алексей Александрович, к. философ. н., доцент, Калужский филиал ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Калуга, Россия.

Ивчик Василий Вениаминович, ст. преподаватель, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки, Республика Беларусь.

Йовчик Анна Викторовна, г. Москва, Россия.

Калашников Владимир Васильевич, преподаватель, Смоленский филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет», г. Смоленск, Россия.

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

Комарова Марина Николаевна, аспирант кафедры психологии личности, Государственный академический университет гуманитарных наук, г. Москва, Россия.

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

Королева Екатерина Юрьевна, ст. преподаватель, Смоленский филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет», г. Смоленск, Россия.

Креденцер Оксана Валерьевна, к. психол. н., научный сотрудник, Институт психологии имени Г.С. Костюка НАПН Украины, г. Киев, Украина.

Крылов Андрей Юрьевич, к. психол. н., доцент, ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Россия.

Кулько Екатерина Ивановна, старший преподаватель, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки, Республика Беларусь.

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

Майсак Надежда Васильевна, к. психол. н., доцент, Астраханский государственный университет, г. Астрахань, Россия.

Майсак Олег Сергеевич, администратор отдела сопровождения прикладных систем, Астраханский филиал «Ростелеком», г. Астрахань, Россия.

Малышев Владислав Александрович, начальник психологической лаборатории ФБУ ИК-8, г. Ярославль, Россия.

Мельник Юрий Иванович, к. психол. н., доцент, Петрозаводский государственный университет, г. Петрозаводск, Россия.

Меньшикова Марина Владимировна, к. психол. н., доцент, Государственный университет управления, г. Москва, Россия.

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

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

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

Орлова Нина Владимировна, м.н.с., отдел ядерных и космических исследований НИИ ядерной физики имени Д.В. Скобельцына МГУ им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия.

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

Пацакула Ирина Ивановна, к. психол. н., заведующая кафедрой общественных наук, Калужский филиал ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Калуга, Россия.

Паштова Леля Германовна, д. э. н., профессор, ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Россия.

Поспелова Оксана Игоревна, к. пед. н., доцент, МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича, г. Дзержинский, Россия.

Семенов Михаил Юрьевич, к. психол. н., доцент, управляющий партнер ООО "Тим-консалтинг" г. Владимир, Россия.

Семяшкин Андрей Андреевич, к. психол. н., доцент, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет, г. Москва, Россия.

Смирнова Нина Павловна, к. психол. н., Центр творчества «Гуманитарий», г. Москва, Россия.

Тарасова Софья Юрьевна, к. психол. н., ст. научный сотрудник, Психологический институт РАО, г. Москва, Россия.

Флоровский Сергей Юрьевич, к. психол. н., доцент, Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия.

Фоломеева Татьяна Владимировна, к. психол. н., доцент, МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия.

Чернявский Андрей Анатольевич, магистрант МВА, университет Бэйхуа, г. Дзилинь, Китайская Народная Республика.

Чижикова Евгения Сергеевна, ст. преподаватель, ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Россия.

Шатаева Ольга Владимировна, к. и. н., доцент, Московский государственный педагогический университет, г. Москва, Россия.

Шипкова Ольга Тарасовна, к. экон. н., доцент, Московский государственный областной университет, г. Москва, Россия.

Щербакова Наталья Александровна, к. истор. н., Калужский филиал
ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ», г. Калуга,
Россия.

