

Финансовый университет  
при Правительстве Российской Федерации  
Институт психологии РАН  
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия  
The International Confederation for the Advancement of Behavioral Economics  
and Economic Psychology

# **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

*Сборник научных статей*

**Москва  
2012**

**УДК 330.16**  
**ББК 88.4**  
**Э40**

**Редакционная коллегия:**

М.А. Федотова, д.э.н.,  
А.Л. Журавлев, член-корр. РАН, д.пс.н.,  
В.И. Авдийский, д.э.н.,  
А.В. Юревич, член-корр. РАН, д.пс.н.,  
И.Я. Лукасевич, д.э.н.,  
Д.Е. Сорокин, член-корр. РАН, д.э.н.,  
Ю.М. Забродин, д.пс.н.,  
Д.А. Китова, д.пс.н.,  
А.Б. Купрейченко, д.пс.н.,  
Ж.В. Коробанова, к.пс.н.,  
Ю.Е. Мужичкова, к.пс.н.

*Издание осуществлено при финансовой поддержке  
Российского государственного научного фонда (грант №12-06-14178)*

**Э40 Экономическая психология в современном мире: сборник научных статей / Отв. ред. д. пс. н. А.Н. Лебедев. – М.: Экон-информ, 2012. – 398 с.  
ISBN 978-5-9506-0955-8**

Сборник научных статей «Экономическая психология в современном мире» подготовлен к одноименной конференции, посвященной памяти основателя российской экономической психологии доктора психологических наук, профессора А.И. Китова. В нем представлены работы известных российских и зарубежных психологов, экономистов, философов, социологов и политологов. В сборнике высказываются различные взгляды на предмет, цели, задачи, а также проблемы и методы современной экономической психологии. Включенные в сборник статьи публикуются в авторской редакции с сохранением оригинального авторского стиля и формы изложения материала. Сборник рассчитан на специалистов в области экономической психологии и поведенческой экономики, а также смежных дисциплин.

УДК 330.16  
ББК 88.4

**ISBN 978-5-9506-0955-8**

© Авторы научных статей, 2012  
© Финансовый университет при Правительстве РФ, 2012

Financial University under the Government  
of the Russian Federation  
Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences  
North Caucasus State Humanities and  
Technological Academy  
The International Confederation for the Advancement of Behavioral Economics  
and Economic Psychology

# **ECONOMIC PSYCHOLOGY IN THE MODERN WORLD**

*Collected papers*

**Moscow  
2012**

**УДК 330.16**  
**ББК 88.4**  
**Э40**

**Economic psychology in the modern world: collected papers / Editor**  
Doctor of Science A.N. Lebedev. – Moscow: Ekon-inform, 2012. –  
398 p.  
ISBN 978-5-9506-0955-8

**ISBN 978-5-9506-0955-8**

© Authors of the papers, 2012  
© Financial University under the Government  
of the Russian Federation, 2012

## Содержание *Contents*

### **Бадмаева С.В.**

Экономическая социализация людей разного возраста в современных условиях

*Badmaeva S.V.*

*Economic socialization in people of different ages in modern conditions .....9*

### **Безденежных В.М.**

Неопределенности и риски современного мира: эволюция содержания

*Bezdenezhnyh V.M.*

*Risks and uncertainty in modern world: evolution of contents .....30*

### **Веригин А.Н.**

Теория психического отражения и экономическая психология

*Verigin A.N.*

*The theory of psychic reflection and economic psychology .....57*

### **Гордякова О.В., Лебедев А.Н.**

Личность в структуре современных маркетинговых коммуникаций

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

*Personality in marketing communications system: economic psychology approach .....69*

### **Дейнека О.С.**

В развитие наследия А.И. Китова

*Deyneka O.S.*

*Development of a.i. kitov's heritage .....84*

### **Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б.**

Тенденции экономической психологии в системе парадигмальных изменений психологической науки

*Zhuravlev A.L., Kupreychenko A.B.*

*Economic psychology tendencies in the context of paradigm changes in psychology .....99*

<b>Забродин Ю.М.</b> Психология акмеогенеза – психологический анализ движения личности в социальном пространстве <i>Zhabrodin Y.M.</i> <i>Psychology of acme: psychological analysis of individual's movements in social space</i> .....	111
<b>Kirchler E., Hofmann E., Gangl K.</b> From Mistrusting Taxpayers to Trusting Citizens Empirical Evidence and Further Development of the Slippery Slope Framework <i>Киришлер Э., Хофман Е., Гангл К.</i> <i>От недобросовестных налогоплательщиков к добропорядочным гражданам. Практическое обоснование и дальнейшее развитие концепции мягкого уклонения от налогов</i> .....	125
<b>Китова Д.А.</b> Экономическая психология субъекта жизнедеятельности: теория, методология, практика <b>Kitova D.A.</b> <i>Economic psychology of subject: theory, methods, practice</i> .....	148
<b>Липатова И.В.</b> Платить налоги с удовольствием: философия реальной жизни <i>I.V. Lyratova</i> <i>To pay taxes with a pleasure: philosophy of real life</i> .....	163
<b>Максимцев И.А., Локшина Э.Х.</b> Причины и следствия коррупции: экономико-психологический аспект <b>Maksimtsev I.A., Lokshina E. H.</b> <i>Cause and effect of corruption: economic and psychological aspects</i> .....	170
<b>Malakhov S.</b> Satisficing Decision Procedure and Optimal Consumption-Leisure Choice <i>Малахов С.</i> <i>Принятие удовлетворительного решения и оптимальный потребительский выбор</i> .....	187

<b>Малюгин Д.В., Малюгина О.А.</b> Моделирование экономической эффективности психологического отбора и обучения персонала <i>Malyugin D. V., Malyugina O. A.</i> <i>The cost-effectiveness modeling of psychological screening and training</i> .....	200
<b>Неверов А.Н.</b> Общая экономическая психология: синтез, моделирование и эксперимент <i>Neverov A.N.</i> <i>General economic psychology: synthesis, simulation and experiment</i> .....	214
<b>Овруцкий А.В.</b> Сравнительный анализ социальных представлений (на примере представлений о потреблении) <i>Ovrutsky A.V.</i> <i>Comparative analysis of social representations about consumption</i> .....	237
<b>Позняков В.П.</b> Психология предпринимательства – актуальное направление современной экономической психологии <i>Pozdnyakov V.P.</i> <i>Psychology of entrepreneurship - pressing issue of modern economic psychology</i> .....	253
<b>Сорокин Д.Е.</b> Национальная культура и национальное экономическое поведение <i>Sorokin D.E.</i> <i>National culture and national economic behavior</i> .....	276
<b>Сухарев О.С.</b> Экономическая психология как фундамент современной экономической науки <i>Sucharev O.S.</i> <i>Economic psychology as a foundation of modern economics</i> .....	291
<b>Тышка Т.</b> Controversy about the principles of justice <i>Тышка Т.</i> <i>Дискуссия о принципе справедливости</i> .....	328

<b>Федотова М.А., Будицкий А.Е.</b> Использование теории поведенческих финансов для принятия инвестиционных и финансовых решений <i>Fedotova M.A., Buditsky A.E.</i> <i>Application of behavioral finance to financial and investing decision- making</i> .....	340
<b>Чумаков А.Н.</b> Россия и вызовы современности: национальный и глобальный контексты <i>Chumakov A.N.</i> <i>Russia and challenge of moder times in national and global context</i> .....	352
<b>Юревич А.В., Журавлев А.Л.</b> Коррупция в современной России <i>Yurevich A.V., Zhuravlev A.L.</i> <i>Corruption in modern russia</i> .....	362
<b>W. Fred van Raaij.</b> Consumer confidence and trust in the economy <i>Фред ван Райян</i> <i>Доверие потребителей и доверие экономике</i> .....	377
<b>Краткие сведения об авторах</b> <i>The short information about authors</i> .....	396



# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛЮДЕЙ РАЗНОГО ВОЗРАСТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**С.В. Бадмаева**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье подчеркивается значимость анализа экономической социализации людей разного возраста в современных условиях. Рассматриваются процессуальные характеристики, такие, как этапы, факторы, механизм и средства, а также структура процесса экономической социализации. Автор предлагает исследовать экономическую социализацию с позиции ценностного подхода, наиболее адекватного в изучении детского и подросткового возраста.*

**Ключевые слова:** экономическое поведение человека, экономическая социализация, экономическое сознание, экономическая идентичность личности.

Актуальность проблемы определяется чрезвычайно высокой значимостью анализа экономического социализации людей разного возраста в современных условиях, масштабностью в сочетании с реформами, в условиях переходной и кризисной экономики кардинально меняющимися экономические основы включения индивида в общественное производство. Движение России к экономической системе с рыночными механизмами координации неизбежно вызывает к жизни изменения в социально-экономических отношениях. Перемены в сущности отношений, естественно, находят свое отражение в конкретных явлениях, процессах, связях. Первое десятилетие XXI столетия породило в российской действительности множество фактов, не укладывающихся в общепринятую систему научных взглядов. Это требует переосмысления целого ряда положений, анализа новых явлений, в том числе, в сфере теории занятости, обобщения, систематизации и выработки способов и методов регулирования занятости, рынка труда, безработицы.

Особый интерес к изучению экономической социализации людей разного возраста на современном этапе развития общества вызван наличием большого числа проблем, в том числе связанных с взаимоотношениями людей разного возраста (дошкольника, школьника, студента, взрослого) и общества. Возможно, поэтому в период

социальных трансформаций изучение экономического «автономного мира человека» стало особенно актуальным.

Отношения в системе «человек-человек» претерпевают двустороннее влияние разных социальных факторов. С одной стороны, развитие цивилизации привело к «удлинению самого периода детства в индивидуальной жизни человека», инфантилизации подрастающего поколения, что способствует более позднему его включению в сферу реальных экономических отношений. С другой стороны, современное общество требует от ребенка «недетских способностей к осознанному выбору и принятию решений, личной ответственности, умению действовать в определенной ситуации», которые необходимы ему и для экономической социализации. Данное противоречие указывает на важность изучения процессов формирования, динамики тех психологических качеств и свойств личности в процессе социально-экономического развития человека с детства, которые предполагают эффективное выполнение им в будущем экономических ролей производителя, потребителя, инвестора и т.п.

Излишне говорить о том, что объективные социально-экономические условия предъявляют особые требования к традиционным институтам социализации – семье, школе, сверстникам, СМИ. Однако их роль в процессе экономической социализации людей разного возраста сегодня недостаточно изучена.

В целом, состояние проблемы исследования экономической социализации в детстве, подростковом возрасте, включая ранний юношеский возраст и во взрослости, характеризуется:

1) отсутствием общей теории экономической социализации, наличием парциальных эмпирических исследований, часто несвязанных друг с другом;

2) несформированностью категориального аппарата, терминологическими различиями в обозначении одних и тех же явлений;

3) отсутствием специальных, в первую очередь, экспериментальных методов исследования, сложностью измерения экономической социализации, прежде всего ее результатов;

4) выявлением роли факторов экономической социализации, в качестве которых могут выступать как институты социализации, так и социально- и индивидуально-психологические особенности самого субъекта.

Следует отметить, что большинство зарубежных и отечественных исследований экономической социализации было выпол-

нено на детях, подростках, учащихся колледжей и студентах вузов, т.е. на тех, кто еще не является ни самостоятельным экономическим субъектом, ни психологически зрелой личностью.

Однако в формулировках понятий «экономическая социализация», подчас и авторских концепциях, данный контекст, отличающий процесс экономической социализации зрелой личности и только формирующейся, либо не выделяется совсем, либо размыт.

В данной статье мы попытались осуществить теоретико-методологический анализ исследований в области экономической социализации разного возраста в современных условиях в общем.

В условиях переходной экономики влияние социально-психологических аспектов на экономическую социализацию людей разного возраста значительно возрастает. С утверждением рыночных отношений происходит резкая смена ценностей и норм, связанных с экономикой, то есть принятых в обществе и у его отдельных групп устойчивых представлений о том, какие блага (богатство, связи, власть, статус, разные виды занятости, разные источники и способы приобретения дохода и т.п.) наиболее важны или совсем не важны для них и их семей, а также представления людей о том, какое экономическое поведение для них предпочтительно. Эти ценности во многом противоречат особенностям исторически сложившегося российского менталитета и типа экономического мышления, что вызывает деформации, деструктивное экономическое поведение людей, делает часто непредсказуемым процесс выбора; психологические установки и ожидания, препятствует экономической стабилизации. Поэтому эффективность экономической трансформации в России во многом зависит от того, насколько полно и правильно оценивается и учитывается специфика нашей страны, ее национального хозяйства, особенности психологического склада ее жителей.

Экономические последствия перехода к рынку и причины сохраняющейся по сей день экономической нестабильности исследовались большим числом современных российских ученых. Гораздо меньше внимания уделялось особенностям экономической социализации людей разного возраста (дошкольника, школьника, молодежи и взрослых) в комплексе. Весьма актуальным представляется, поэтому, выявление социально-психологических аспектов экономической социализации людей разного возраста, являющихся источниками формирования экономического поведения в переходной экономике и выработка соответствующих реко-

мендаций по совершенствованию механизмов регулирования этого процесса.

Целью данной статьи является методологическое обоснование, выявление и определение социально-психологических аспектов экономической социализации людей разного возраста в современных условиях.

Долгое время вопросы экономической социализации рассматривали в основном зарубежные ученые психологи, такие как А. Furnham (1986–2001), Р. Webiey (2001), S. Lea (2001) и др. В настоящее время и в нашей стране имеются исследования, касающиеся теоретических и практических аспектов экономической социализации (М.А. Винокуров, О.С. Дейнека, Т.В. Дробышева, И.А. Журавлев), связи психологии и экономики (Л.И. Абалкин, А.Т. Аганбегян, П.Г. Бунич, О.С. Дейнека, Т.И. Заславская, А.И. Китов, В.В. Куликов, А.Б. Купрейченко, А.И. Муравьев, В.Д. Попов). Рассматривая существующие типы личности, ученые выделили тип экономического человека, которому присущи «созидательность, практичность, стремление к полезности познания и деятельности, активность мышления» (Э. Шпрангер). Б.Г. Ананьев рассматривал в структуре личности экономический статус, считая его одним из основополагающих структурных элементов, позволяющих человеку адаптироваться в окружающем его мире экономики. В трудах Д. Кейнса, А. Маршалла, А. Смита представлена теория рационального экономического человека, деятельность которого всегда направлена на получение выгоды. Рассматривая экономическое поведение человека, современные ученые выделяют следующие его особенности:

- действие экономического человека на конкурентном рынке предполагает ограниченную взаимосвязь с другими людьми;
- удовлетворяя свои потребности, экономический человек должен обладать всей полнотой информации о ситуации;
- экономический человек стремится к максимальной прибыли, исходя из этого – он эгоистичен;
- экономический человек способен к четкой постановке цели, ее достижению и т.д., он рационален.

Анализ моделей человека в экономических теориях показывает, что взгляды об экономическом человеке изменялись от отсутствия обособления экономического человека из общего представления о человеке до углубления и расширения образа именно экономического человека, приближение его к реальности.

Анализируя существующие исследования, И.В. Андреева выделила некоторые особенности представлений об экономическом человеке:

1) доклассический этап: представления об экономическом человеке отсутствуют, в общей модели человека такой компонент не выделяется;

2) классический этап: деятельность человека в экономике определяется двумя мотивами – достижением собственных корыстных интересов и склонностью к обмену (А. Смит); главный мотив экономической деятельности – стремление к богатству, соединяющееся с отвращением к труду и нежеланием совершать накопления – реализация сиюминутных удовольствий более дорога человеку (Д. Милль); основной мотив экономической деятельности – собственный интерес (Д. Рикардо);

3) неоклассический этап: мотивом деятельности человека, в том числе в экономической сфере, – достижение удовольствия и избегание огорчений (И. Бентам); в основе поведения человека – только экономическая рациональность (Л. Вальрас); поведение экономического человека определяется стремлением к полному удовлетворению своих потребностей (К. Менгер);

4) этап профессиональной зрелости: поведение человека – следование традициям и приспособление к неизвестному, наличие конкуренции определяет правила и формирование традиций (Ф. Хайек); главный мотив экономической деятельности – стремление к изменению социального статуса (Т. Веблен);

5) этап кризиса и экспансии: основной элемент рационального поведения экономического человека – экономная трата ресурсов (Г. Беккер, Дж. Стиглер и др.).

Основными направлениями исследования экономической психологии являются вопросы психологии предложения и спроса, денег, вопросы экономической социализации. Среди последних исследований, значимых в контексте нашей работы, можно выделить следующие идеи: проблема изменения структуры самооценки, когда в рамках экономической социализации меняется сознание личности, содержание реального Я индивида в сторону установления равновесия рыночных и этических черт характера (А.П. Вяткин); взаимосвязь успешности/неуспешности экономической социализации и развития различных психологических отклонений у населения (М.М. Решетников); специфика экономической социализации в

дошкольном и младшем школьном возрасте (К.С. Чермухина, М.Н. Стельмащук); семья как фактор экономической социализации (Т.В. Бабицкая).

В основном исследования психологов направлены на изучение сущности экономического поведения и сознания личности, их взаимосвязи, механизмов и факторов их определяющих. Исследователей интересует не только сущность экономического поведения, но и противоречие между теоретической моделью экономического поведения (концепция экономического человека, поступающего в экономической деятельности рационально) и реальным поведением субъекта в рамках хозяйственной деятельности. Нами предпринята попытка описать понятие экономической социализации через категории экономической психологии, такие как экономическое сознание, экономическое поведение, экономическая роль и т.д.

Сущность экономического поведения человека определяется следующим образом: это поведение, вызванное экономическими стимулами, это деятельность хозяйствующего субъекта. Экономическое поведение человека определяется восприятием, осмыслением и пониманием ситуации, в которой оказался человек, и себя в этой ситуации, т.е. экономические поступки человека можно проанализировать, выделяя три взаимосвязанных компонента:

- когнитивный (познавательный), определяющий, какие теоретические знания человек имеет по конкретному вопросу, его восприятия и представления об экономических параметрах и т.д.;
- аффективный (эмоциональный), определяющий субъективное отношение человека к ситуации, чувства, возникающие у человека;
- конативный (действенно-динамический), определяющий конкретные действия, поступки человека (Борисова, 1999).

Экономическое поведение представляет собой совокупность поступков и действий, совершаемых в процессе экономической деятельности, видение целостного процесса производства с полной ответственностью за свои действия и результаты своего труда.

Характер экономической социализации личности школьника должен определяться или хотя бы коррелировать с моделями экономического поведения, принятыми в обществе, которые во многом определяются ценностными ориентирами общества.

В разное время и в рамках различных культур на Западе и в России существовали различные виды социально обусловленных и социально одобряемых моделей экономического поведения челове-

ка. А.В. Бояринцева, сопоставив модели экономического поведения и уровень этического развития личности в зависимости от доминирующего способа отношения к себе и другому человеку, от представления о благе для себя и для других, от модели личного успеха, выделила следующие модели экономического поведения людей:

- берущая (рецептивная), сущность которой – подчинение более сильному субъекту ради получения собственной выгоды;
- овладевающая (эксплуатирующая), сущность которой – брать все, что нужно, подчиняя себе более слабого;
- сберегающая (стяжательская), сущность которой – накопить благо за счет нерасходования средств и наличия эмоциональной отчужденности от людей;
- обменивающая (рыночная), суть которой – создание привлекательного образа, способствующего эффективным контактам с людьми.

А.П. Вяткин, рассматривая проблему эффективной жизнедеятельности индивида в экономике, выделяет понятие экономической роли, считая ее единицей экономического поведения.

Экономическая роль есть специфическое проявление социальной роли, она направлена на полное распоряжение ограниченными ресурсами социально-экономической системы, эффективное их использование и справедливое распределение результатов деятельности (на макроуровне), соответствует индивидуальному поведению человека (на микроуровне). Именно экономическая роль помогает связать экономическое поведение индивида и социально-экономическую среду.

В контексте настоящего исследования, касающегося проблем экономической социализации, нам важен еще один вопрос, рассматриваемый в экономической психологии, а именно проблема экономико-психологической адаптации личности. Данный феномен ученые связывают с экономическим статусом и отношением к нему, экономическим благополучием или отсутствием его у человека, экономическими ожиданиями и мотивами деятельности. Прежде всего, экономико-психологическая адаптация понимается учеными как значимая часть адаптации человека как субъекта хозяйствования, выполняющего различные роли (потребителя, производителя, объекта экономической политики), как адаптация личности к рыночным условиям вследствие изменения некоторых личностных качеств, способствующих или препятствующих данному процессу.

Российские ученые, проведя ряд исследований, выделили качества, которые обеспечивают успешную адаптированность личности в экономической деятельности, а именно стрессоустойчивость, саморегуляция, активность, гибкость характера, наличие мотивов достижения, преобладание направленности на дело, целеустремленность, настойчивость, самостоятельность, мобильность и т.д.

Адаптация человека к рынку определяется следующими уровнями:

а) осознанием требований среды при непринятии ее ценностей;

б) взаимной терпимостью личности и социальной среды;

в) аккомодацией, т.е. наличием уступок со стороны человека на основе терпимого отношения к среде;

г) ассимиляцией, т.е. отказом личности от своих ценностей и принятием ценностей среды.

Со стороны общества необходимо осуществление ряда мер, которые бы способствовали преодолению дезадаптированности населения в сфере экономики, а именно:

– содействие каждому в поиске своей социально-экономической ниши (осуществление на микроуровне индивидуально-психологической коррекции);

– формирование через средства массовой коммуникации у населения качеств, необходимых для адаптации к рынку посредством социальной и моральной поддержки (на макроуровне);

– обучение приемам саморегуляции, повышение самооценки развитие уверенности в себе;

– специальная подготовка учащихся средних школ, развитие готовности к жизни в условиях рынка.

Очевидно, что все вышеперечисленные меры в целом определяют и процесс экономической социализации учащихся средних школ, развития их экономического сознания. По мнению ученых-психологов, экономическое сознание – есть составляющая сознания, высший уровень психического отражения экономических отношений человеком (А.В. Филиппов, С.В. Ковалёв и др.).

Среди элементов экономического сознания следует назвать, во-первых, те элементы, которые выполняют побудительную и регулятивную функцию экономического поведения:

а) экономические нормы. Определяя экономические нормы, Е.М. Пеньков, О.С. Дейнека и другие считают их самостоятельным



видом социальных норм вообще, закрепленных юридически; регулирование экономического поведения ими определяется в первую очередь как содержание и отношение к ним личности;

б) экономические мотивы человека – мотивы, имеющие экономическую направленность, определяют отношение к накоплению богатства, конкуренции и т.п., это волевые компоненты экономического сознания;

в) экономические интересы – явления, развивающиеся на основе экономических мотивов, регулирующиеся экономическими нормами, являющимися источниками хозяйственной активности.

Во-вторых, к элементам экономического сознания относят экономическое мышление и экономические представления. Проанализировав взгляды ученых, занимающихся проблемой экономического мышления (Л.И. Абалкин, А.Я. Автономов, А.Ю. Архипов, И.В. Андреева, Л.С. Бляхман, П.П. Великий, О.С. Дейнека, Н.К. Калинина, М.Л. Малышев, В.В. Пиляева, В.П. Попов, В.К. Розов, А.К. Уледов, К.А. Улыбин, В.П. Фофанов, П. Хейне и др.), можно сделать вывод, что 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.

Это, прежде всего, способность социальных субъектов и групп отражать и осмысливать различные экономические явления, соотносить экономические понятия с требованиями экономических законов и реальностью, что позволяет человеку выстраивать свою экономическую деятельность.

Экономические представления можно считать представлениями человека о том, как функционирует экономика, это некий образ экономической реальности.

Основными факторами, определяющими формирование экономических представлений, являются:

– принадлежность к определенному социальному слою (Г. Магрудер, 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. В. Попов и Н. Калинина определяют, что экономическое сознание тесно взаимодействует с политическим (уровень развития которого определяется уровнем развития экономического сознания, анализ политических событий невозможен без анализа экономической действительности), правовым и нравственным (нравственные отношения есть один из аспектов экономических отношений; экономические отношения – одна из форм правовых отношений) сознанием. По мнению вышеназванных исследователей, экономическое сознание можно разделить на обыденное и теоретическое: первое складывается на основе житейского опыта, второе – через познание экономических законов, теорий и т.п.

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. Г.С. Солодова и И.И. Харченко считают, что экономическое сознание учащихся еще находится в процессе формирования, однако уже опре-

деляет 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 учащиеся имеют самостоятельные заработки;
- в профессиональном и социальном самоопределении, т.е. в формировании образа будущего как субъекта экономической деятельности.

Важным в контексте нашего исследования является концепция А.П. Вяткина, который считает процесс становления и развития экономического сознания экономической социализацией учащихся.

Еще одна важная проблема, рассматриваемая в рамках экономической психологии и значимая для нашего исследования, – проблема экономической идентичности личности (В.А. Хащенко). Экономическая идентичность рассматривается как системообразующая часть экономического Я личности, как продукт экономического самосознания. Экономическая идентификация является, по мнению исследователей, предпосылкой социального поведения личности, основой формирования личностной идентичности. Данный феномен всегда личностно обусловлен; благодаря ему происходит экономическая самопрезентация личности и формируется индивидуальная позиция в системе экономических отношений индивида в качестве экономического субъекта. Следует отметить, что экономическая идентичность не совпадает с экономическим статусом личности, это два различных понятия. Согласно исследованиям В.А. Хащенко, субъективный экономический статус является когнитивным компонентом экономической идентичности, которая опирается не только на оценку человеком своего реального благосостояния, но и на ожидаемый уровень в соответствии с экономическими притязаниями личности.

Следующая категория, которую целесообразно рассмотреть в контексте нашего исследования психологических аспектов экономической социализации, – экономическая направленность. Вообще направленность является ведущей характеристикой личности, системообразующим свойством, так как именно в ней выражаются цели, мотивы деятельности, субъективное отношение человека к действительности. Направленность личности исследовалась многими учеными, такими как С.Л. Рубинштейн (динамические тенденции,

выступающие в качестве мотивов), В.Н. Мясищев (доминирующее отношение), А.Н. Леонтьев (смыслообразующий мотив), Л.И. Божович (внутренняя позиция), Б.Д. Парыгин (умонастроение) и т.д.; она формируется на основе личного и социального опыта. Экономическая направленность очевидно проявляется в экономическом поведении человека и включает в себя цели, мотивы, субъективное отношение человека именно к сфере экономики, критерием ее является ориентация на максимизацию полезности экономической деятельности.

Существует еще одно понятие, помогающее понять сущность экономической социализации, – психологическая готовность к экономической деятельности. В научной литературе готовность толкуется как состояние и как совокупность качеств личности (Б.Г. Ананьев, В.А. Крутецкий и др.). Исследователи сходятся во мнении, что в экономической деятельности целесообразно выделять две составляющие готовности – целостное состояние и совокупность качеств личности (А.П. Вяткин), но, вместе с тем, в структуре психологической готовности необходимо выделить структурообразующую составляющую – мотивационную готовность к предстоящей деятельности, в нашем случае – в сфере экономической деятельности.

Экономическая социализация определяет возможности и достижения личности в сфере экономики. На наш взгляд, рассмотренные в статье категории экономической психологии позволяют рассматривать экономическую социализацию как психологический феномен:

- освоение экономических ролей, успешность в хозяйственной деятельности (экономическое поведение);
- уровень отражения экономических отношений, определяющий экономическое поведение (экономическое сознание);
- адаптация к условиям экономической жизнедеятельности в социуме (экономико-психологическая адаптация);
- проявление экономического самосознания личности (экономическая идентичность);
- психологическая готовность к экономической деятельности (экономическая направленность).

Ряд исследователей, занимающихся вопросами общей теории социализации, считают нецелесообразным выделение ее различных видов – нравственной, политической, правовой, экономической и т.п.

С нашей точки зрения, существование частных аспектов в изучении психологических феноменов есть закономерный результат процесса дифференциации, который наряду с интеграцией определяет развитие современной науки, в том числе, социальной психологии. К примеру, содержательные компоненты социализации личности в экономических условиях отношений конкретного общества определяются не только психологическими, но и экономическими закономерностями, которые недостаточно рассматривать только в рамках единой теории. Наоборот, знания об особенностях экономической и других видов социализации, интегрируясь, внесут определенный вклад и в развитие теории социализации в целом.

По сравнению с «*экономической социализацией*» понятие «*социализация*» – наиболее изученное в отечественной науке в контексте различных дисциплинарных подходов. Традиционный социально-психологический подход рассматривает *социализацию* как двусторонний процесс, включающий в себя усвоение индивидом социального опыта и активного воспроизводства системы социальных связей. Именно активность индивида, направленная на преобразование социального опыта в собственные установки и ценностные ориентации, определяет развитие человека в процессе социализации. Такое понимание социализации имеет непосредственное отношение и к понятию «экономическая социализация» в экономической психологии, однако, единого подхода к проблеме «экономической социализации» в настоящее время не существует. Одни авторы склоняются к тому, что в основе экономической социализации лежит «приобретение знаний об экономике, навыков, моделей поведения и установок относительно мира экономики...», т.е. речь идет только об усвоении индивидом социально-экономического опыта.

Другие рассматривают экономическую социализацию как процесс *становления* экономического мышления, экономического сознания, экономической культуры и поведения. Третьи считают, что интерес должен быть сфокусирован на том, как и когда дети включаются в экономическую действительность (или реальность) общества. В последнем случае анализируется вопрос о роли активности индивида, ориентирующегося в своем поведении на экономические знания.

С нашей точки зрения, процесс экономической социализации не может характеризоваться как односторонний процесс. Поэтому под *экономической социализацией* понимается *процесс и результат*

*включенности индивида в мир экономических отношений общества, в котором он живет. Т.е. человек усваивает экономический опыт общества, систему социальных и экономических ценностей и, активно преобразуя его, становится экономическим субъектом данного общества.*

Анализ основных точек зрения на понятие «экономическая социализация» показал, что большинство авторов склоняется к ее определению как разновидности, частного случая социализации личности в целом. Отсюда все попытки сформулировать какие-либо определения приводят к выделению в том или ином варианте именно частного аспекта, связанного с конкретной – экономической сферой человеческой деятельности и отношений.

Сравнительный анализ понятий «экономическая социализация» и «экономико-психологическая адаптация» показал, что последняя рассматривается частью социальной адаптации или адаптации в целом.

По нашему мнению, экономико-психологическая адаптация ближе по содержанию к экономической социализации, чем экономическая адаптация.

*Экономическая социализация* отражает воздействие многообразной экономической деятельности общества на экономические компоненты социального развития личности, характеризует становление личности под воздействием социально-экономических условий. Ее основная функция – обеспечение нормального функционирования личности как экономического субъекта. Соответствие экономического поведения и деятельности человека внутренней структуре личности, ее ценностным ориентациям, потребностям и интересам достигается в процессе экономико-психологической адаптации. Если говорить о результате экономической социализации, то фактически он обеспечивается экономико-психологической адаптацией. Поэтому последняя может быть рассмотрена с позиции взаимодействия экономического субъекта и экономической среды, в процессе которого субъект пытается найти или создать оптимальный баланс между собой и этой средой. Экономическая адаптация в данном случае может быть и показателем, и условием успешности экономико-психологической адаптации субъектов.

Рассматривая основные характеристики экономической социализации людей разного возраста, в частности детей, подростков, молодежи хотелось бы отметить, что вопрос о содержании

экономической социализации формирующейся личности во многом определяется интересами самих исследователей, ориентированных на разработку авторских концепций. Именно этими обстоятельствами определяется вариативность подходов к изучению экономической социализации. Однако большинство авторов, опираясь на работы в области общей теории социализации, рассматривают феномен экономической социализации со стороны ее процессуальных характеристик и результатов.

*К процессуальным характеристикам* экономической социализации (как и социализации в целом) могут быть отнесены *этапы, факторы, механизм и средства*. Последние же детерминируют те социально-психологические изменения, которые происходят в личности. К.К. Платонов, выделяя три основных пути формирования личности (стихийный, целенаправленный и самоформирования), указывал, что именно стихийный путь, возникающий в результате случайных внешних воздействий, играет доминирующую роль. В представлении А.В. Мудрика, эти же пути определяются как основные составляющие социализации.

Однако целенаправленные воздействия (образование и воспитание в первую очередь) позволяют не только получить близкий к планируемому результат, но и контролировать влияние самих факторов, что важно для формирования экспериментального направления исследования факторов экономической социализации. Вопрос о самоформировании как одной из составляющих процесса экономической социализации особенно значим, так как целью экономической социализации, с нашей точки зрения, является формирование личности, способной функционировать в качестве субъекта экономической деятельности и экономических отношений в обществе. Таким образом, уже в самой формулировке цели определяется активность личности, не просто принимающей извне воздействия экономической среды, а усваивающей и преобразующей эти влияния. Поскольку для самодетерминации экономического сознания и поведения требуется не только активность, но и осознанность, сформированность волевых качеств личности, то для изучения экономической социализации детей характер динамики волевых и социальных ценностных ориентаций дает представление о результативности этого процесса.

*Структура* процесса экономической социализации может включать разное число компонентов (в зависимости от подходов).

С позиции авторов данного исследования, когнитивный, ценностный (ценностно-нормативный) и поведенческий компоненты вполне раскрывают основное содержание процесса. Так, *когнитивный (или познавательный) компонент* определяется через систему экономических представлений, образов, понятий как элементов экономического сознания, формируемых посредством факторов различного уровня (например, микро- и макросредовых). *Ценностный компонент* включает ценностные ориентации, нравственные и культурные нормы личности, регулирующие ее отношения с объектами и субъектами экономической жизни общества. Экономические и социальные ценности, а также нравственные ценности и ценности волевого контроля, непосредственно связанные с первыми, постепенно усваиваются и становятся внутренним регулятором экономического поведения личности. *Поведенческий компонент* включает не только готовность к разнообразным видам экономического поведения (сберегательному, производственному, потребительскому, инвестиционному, обменному и т.д.), но и предпочтения, интенции, типичные стратегии, стереотипы такого поведения. В процессе экономической социализации происходит присвоение норм, правил и ролей экономического поведения и формирование на их основе соответствующих психологических качеств, свойств личности, позволяющих ей функционировать в качестве экономического субъекта. *Коммуникации* выступают здесь связующим звеном всех компонентов, опосредствуя их взаимоотношения. Определяя феномен экономической социализации, К. Ролан-Леви отмечает, что остается открытым важнейший вопрос о том, что же является *результатом* экономической социализации – знания, установки или модели поведения?

В отечественной экономической психологии в качестве результатов экономической социализации рассматриваются *адаптированность личности*, которая включает результаты базовой адаптации, а также собственно экономической, «*экономическая идентичность, формируемая посредством механизмов социальной категоризации и социально-экономической адаптации личности*», и *экономическая компетентность*, определяемая наличием экономических навыков и ролей, степенью социальной и экономической независимости, а также нравственной зрелости, необходимой для принятия экономических решений. Некоторые авторы в качестве результата рассматривают *сформированность экономической культуры*



личности. Данный феномен рассматривается, во-первых, как единство экономического потенциала (личностные качества, способствующие осуществлению с той или иной эффективностью экономической деятельности) и экономической направленности личности, в которой система ценностных ориентаций есть предпосылка и условие ее существования. Во-вторых, этот вид культуры понимается как «часть общей культуры человека, его сознания и поведения, связанного с экономическими интересами, потребностями, ценностными ориентациями, предпочтениями, мотивами деятельности в экономической сфере...», а также экономическими знаниями». Следует отметить, что ценностные ориентации (причем не только экономические) в данном контексте определяются и как условие, и как механизм экономического поведения личности.

С позиции *ценностного подхода* к исследованию экономической социализации личности, разрабатываемого автором статьи, психологическим критерием экономической социализированности рассматривается *динамика социальных, волевых* и др. ценностных ориентаций (ЦО) как результат сложнейшей детерминации. Такой подход к экономической социализации, с нашей точки зрения, в большей степени адекватен в изучении детского и подросткового возраста, поскольку для радикальных изменений в ценностной структуре взрослых требуется больше времени и силы влияния факторов прежде всего макросреды (а не только микросреды), что и было показано в работе Н.А. Журавлевой. Можно предположить, например, что при получении второго высшего экономического образования или в процессе самообразования в области экономики взрослый человек способен продемонстрировать динамику своих ориентаций на некоторые ценности (в частности, экономические), однако вряд ли эти изменения коснутся его социальной активности или повлияют на значимость волевых ЦО, которые не рассматриваются как собственно экономические, но связаны с ними, что было выявлено нами у детей и юношей. Данное суждение основано на том, что структура ЦО личности взрослого, по сравнению с детьми, сохраняется более устойчиво, а для ее изменения требуются сильные воздействия социализирующих факторов.

Понятие «*фактор*» в широком смысле включает все виды социальных влияний. Следовательно, *факторы* экономической социализации могут быть рассмотрены с разных сторон как различные *условия* формирования и развития экономического сознания и

поведения личности. Среди них выделяют *макро- и микросоциальные факторы*, связанные с экономическими отношениями в обществе. Первые из них рассматриваются как способы организации экономической жизни (типы экономических систем: рыночная, смешанная, традиционная и т.п.), детерминирующие особенности общественных отношений, социально-психологическую динамику, которая активно изучалась в России во второй половине 1990-х годов и начале 2000-х. В качестве микроэкономических факторов экономической социализации детей и подростков изучаются экономическое воспитание в семье; экономическое образование в школе, колледже, институте; различные виды теле-, радио- и печатной продукции СМИ, ориентированной на формирование, изменение экономического сознания и поведения, а также системы ценностей личности, в первую очередь, экономических и социальных. К данной категории факторов относится и соответствующая среда сверстников, которая тоже позволяет приобретать экономический опыт и знания («бартер», «долговые» отношения, игры экономического содержания, коллекционирование и т.п.). Воздействие данных факторов (включая непосредственных агентов социализации – родителей, друзей, учителей, любимых журнала или передачи и т.п.) традиционно описывается через социальные представления, отношения, мнения, ожидания, оценки и т.п. самих субъектов и/или их агентов.

Кроме факторов в качестве основных процессуальных характеристик выделяются *средства* экономической социализации. Понятие «средство социализации» в психологической литературе рассматривается как «некое промежуточное звено между субъектом и объектом, а также между субъектом и другим субъектом, пользуясь которым, человек преобразует, в первом случае, вещественные объекты, а во втором – сознание второго субъекта». Так, например, А.В. Мудрик к средствам социализации относит: способы кормления, язык и речь агентов социализации; формируемые бытовые и гигиенические умения и представления; стиль и содержание общения в семье, в группах сверстников; *последовательное приобщение человека к многочисленным видам и типам отношений* в основных сферах его жизнедеятельности – семейной, религиозной, экономической, политической и др. «С помощью этих средств поведение человека приводится в соответствие с принятыми в данной культуре образцами, нормами, ценностями». Такого же мнения придержи-

живается и С.И. Розум, выделяя, вслед за Я.И. Глинским и Ж. Пиаже, в качестве средств: правила, ценности и знаки, которые способствуют достижению основной цели социализации – формированию «сходных для всех субъектов психических феноменов – образов восприятия, представлений, понятий, а также производимых над ними операций». Перефразируя вышеизложенное, можно предположить, что, воспринимая и понимая (а, следовательно, и принимая, т.е. включая в свою, уже сложившуюся систему) экономические представления, образы и понятия, а также установки на экономическое поведение с помощью средств – норм, ценностей и языка, ребенок достигает некоторого соответствия с окружающим его миром экономических отношений. Ценности при этом могут выступать не столько средством, сколько *механизмом экономической социализации*, т.е. тем «психическим процессом, который «обеспечивает преобразование (передачу) того, что воспринимается субъектом в его внутреннее содержание». В таком случае, к примеру, сам процесс усвоения экономических понятий, транслируемых обществом, может быть тем самым промежуточным звеном (средством) с помощью которого и «нормируются» компоненты экономического сознания (оно включает экономические представления и образы, отношения и установки, мнения и оценки и т.п.), а ценностные ориентации в этом контексте обеспечивают их преобразование, изменение. Такой подход к исследованию экономической социализации, с нашей точки зрения, наиболее приемлем в контексте когнитивного направления в теории экономической социализации.

Итак, с одной стороны, ценностные ориентации формируются в разных микросредовых условиях, которые во многом определяют специфику структуры ЦО, характер ее изменений, с другой стороны, сами ценности выступают механизмом, преобразовывая транслируемую извне экономическую информацию в компоненты экономического сознания (отношения, понятия, представления и т.п.), выступая внутренними регуляторами экономического поведения. Эти же самые экономические понятия, представления, образы и т.п. в дальнейшем опосредствуют (т.е. являются «средством») структуру ценностных ориентаций, изменяя значимость экономических, социальных, волевых, нравственных и других ценностей в сознании детей и подростков.

Для нашего исследования, в первую очередь, представляет интерес рассмотрение *микросоциальных* факторов экономической

социализации, определяющих условия динамики ценностных ориентаций личности. При этом основной акцент делается на их взаимоотношениях в процессе воздействия. В таком случае в качестве основных факторов должны быть рассмотрены *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.

### ***Литература***

Андреева И.Н., Новикова Л.Г. Субкультурные доминанты нетрадиционных форм поведения молодежи // Неформальные объединения молодежи вчера, сегодня, а завтра? / Отв. ред. В.В.Семенова. М.: ВКШ ЦК ВЛКСМ, 1988

Борисова Л.Г. и др. Экономическое поведение выпускников средних школ в условиях становления рыночных отношений. Новосибирск, 1999

Голованова Н.Ф. Социализация и воспитание ребенка.– СПб.: Речь, 2004.

Горин Н. Особенности психологического склада жителей России // Вопросы экономики, 1996, № 9

Дементьева И.Ф. Социализация детей в семье: теории, факторы, модели. – М.: Генезис, 2004

Дробышева Т.В. Экономическое образование как фактор экономической социализации в раннем юношеском возрасте: ценностный аспект // Психология образования: подготовка кадров и просвещение. Мат-лы IV Национальной науч.-практ. конф. – М., 2007. – С. 173–175.

Мудрик А.В. Социализация человека. – М.: Издательский центр «Академия», 2004

Обследования экономически активного населения: занятость, безработица и неполная занятость. М.: Финстатинформ, 2001

Полякова Н.В. Современные тенденции формирования экономического поведения молодежи. Иркутск, 2000.

Хашченко В.А. Социально-психологические детерминанты экономической идентичности личности // Проблемы экономической психологии. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. – Т. 2. – с. 513–556.

# ECONOMIC SOCIALIZATION IN PEOPLE OF DIFFERENT AGES IN MODERN CONDITIONS

**S.V. Badmaeva**  
(Moscow, Russia)

**Abstract.**

*This paper emphasises importance of economic socialization in people of different ages in modern conditions. Such characteristics as factors, mechanisms, stages, means and structure of economic socialization are analyzed. The approach based on values suggested as more accurate for children and adolescent economic socialization analysis.*

**Keywords:** *economic behavior, economic socialization, economic mind, economic identity.*

# НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКИ СОВРЕМЕННОГО МИРА: ЭВОЛЮЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ

**В.М. Безденежных**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье говорится о том, что за последние десятилетия развивается процесс глобальной социальной революции. На поверхность выходит феномен сетевой культуры – совершенно особого состояния общества, «власти без государства». Постепенно преобразуется структура международных связей и международных отношений, которые заменяются новыми глобальными институтами, в основном финансового профиля. Автор утверждает, что в пестром спектре каждодневных событий сегодня обнаруживается немало тревожных, порождающих риски факторов. В частности, это финансово-экономические кризисы, новые идеологические конструкции, контрнаступления административных проектов и другие. Автор подчеркивает, что главная задача поведенческой экономики – понять, как меняются условия экономической деятельности, вызывающие эволюция понятия «риск» в деятельности хозяйствующих субъектов и основные проблемы развития моделей анализа рисков.*

**Ключевые слова:** *неопределенность, риск, теория игр, лицо, принимающее решение.*

## **Вводные положения.**

В книге архимандрита Софрония об афонском подвижнике Силуане (1866–1938), опубликованной в 1952 г. и переведенной на многие европейские языки, сказано: «В начале сего века было слово от Господа к старцу Силуану – ...держи ум свой во аде и не отчаивайся...» (Якубов, 2012, с.108). Оглядывая события за последние сто лет, пожалуй, трудно характеризовать их более точно. Начало XX-го века отмечено не только сакральным видением Силуана в 1904 г., но и многими эпохальными открытиями физики, биологии, химии и социальными трансформациями, принесшими многие знания и многие печали.

Другое исходное положение – мысль Аристотеля, из которой на протяжении человеческой истории, истории цивилизации, вытекают самые удивительные по разнообразию следствия. Звучит она также просто, как и первое: «Потенциальное становится актуальным под воздействием актуального». В этом положении содержится

ся, по сути, принцип неопределенности, отмечает А. Неклесса<sup>1</sup> (Неклесса). И здесь же очерчена важная специфическая черта человеческой деятельности: человек, для того чтобы реализовать некую модель, некий стратегический посыл, должен его актуализировать, претворив в феноменологию. Но воплотить ее он может только в том случае, если есть какой-то внешний – физический или метафизический – агент, который помогает ее реализовывать. В противном же случае идея так и останется идеей.

Еще одно исходное положение. За последние десятилетия развивается процесс глобальной социальной революции: на поверхность выходит феномен сетевой культуры – совершенно особого состояния общества, «власти без государства» – проявившейся в новых формах социальной организации и экономической деятельности, в кризисе прежней системы социальной регуляции, а также в становлении новой системной элиты, получившей определение «нового класса». Постепенно преобразуется структура международных связей, номенклатура ее субъектов, под сомнением оказывается вся «классическая», вестфальская система международных отношений, заменяемая новыми глобальными институтами (в основном финансового профиля).

Каждого неравнодушного и думающего человека интересует тревожащий вопрос о рисках будущих событий, возможно, чтобы лучше подготовиться, понять, куда все-таки идет современный мир: к установлению на планете глобального гражданского общества, к монополярной форме правления глобальной страны-системы или международной солидарной администрации, к новой биполярности США и Китая, к многополюсному, олигархическому социуму, к безбрежному и анонимному социальному пространству, управляемому и направляемому безликими сетевыми организациями, к турбулентному и многоплановому столкновению цивилизаций либо – распаду всякой устойчивой социальности и вселенскому хаосу? Что происходит в сфере международных отношений: созидание или разрушение, прорыв в будущее или провал в прошлое? Вот, пожалуй, центральные вопросы прогноза траектории развития наступившего века.

---

<sup>1</sup> А.И. Неклесса – Председатель Комиссии по социокультурным проблемам глобализации и член Бюро Научного совета «История мировой культуры» при Президиуме Российской Академии наук (РАН), заместитель генерального директора Института экономических стратегий при Отделении общественных наук РАН, заведующий Лабораторией геоэкономических исследований Института Африки РАН

В пестром спектре каждодневных событий обнаруживается в настоящее время немало тревожных порождающих риски сюрпризов: вероятность развития финансово-экономического кризиса с последующим изменением социальной конфигурации планеты; перспективы возникновения принципиально новых идеологических конструкций, контрастности административных и мобилизационных проектов. Не исключены также формирование новых факторов риска: новой географии конфликтов и распространение специфических «войн за ресурсы», радикальный отход некоторых ядерных держав от существующих правил игры и более свободное, нежели прежде, применение самых современных военных средств, в том числе в политических целях и в качестве репрессалий, демонстрационное использование оружия массового поражения или уверенная угроза его применения. Буквально на глазах на фоне глобальной сетевой информатизации реализуются сценарии превращения локального терроризма в международную систему, происходит транснационализация и глобализация асоциальных и криминальных структур.

Тема информационного общества нередко раскрывается как лавинообразное нарастание свободного обмена информацией (часто в качестве примера при этом приводится Интернет). Более сложная модель представлена работами уже упоминавшегося А. Неклесса и М. Кастельса (Кастельс, 2000). Кастельс полагает, что с точки зрения процессов глобализации, более существенное содержание – это на основе «информациональной экономики» выстраивание «информационного общества» как нового вида виртуального, транснационального мира и его во многом виртуальное финансово-правовое регулирование. Образно говоря, весь огромный Интернет – лишь небольшой сегмент, созданный, по мнению некоторых исследователей, для удовлетворения потребностей некоего финансового Интранета, который действует сейчас, как система универсальной, глобальной биржи (базируясь на системе банковской верификации InterSettle и мировой кастодиальной системе гарантий).

Переход к этим технологиям начал с утверждения доллара в качестве фактической мировой резервной валюты, алхимического источника кредита последней инстанции, его трансформации в универсальную меру стоимости и действенный инструмент регулирования мировой экономики. Нефтедоллары вскоре после отказа от золотого эквивалента и структурного (энергетического) кризиса



начала 70-х годов переполнили мировую банковскую систему, вызывая ее периодические потрясения и кризисы, учетные ставки демонстрируют высокую волатильность. В мире образовался избыток денег, изобилие дешевых кредитов. Мир изменился или мы изменились. Так что же все-таки произошло? По мнению Неклессы «... исчезает фактор неопределенности, о которой говорил Аристотель, утрачивается состязательность стратегий развития, вообще концептуальное и сценарное моделирование будущего. Пропадает прямо связанная с неопределенностью гибкость стратегических моделей. Все это подменяется крупномасштабными политическими или командными интригами внутри страны и достаточно прагматичным прочтением внешнего мира и путей его развития» (Неклесса, 2008). Речь, конечно, не идет о снижении неопределенности внешней среды – окружающего мира. Наоборот, отмеченные явления глобализации и интернационализации усилили изменчивость – вероятность реализации гораздо большего набора вариантов событий. Но сокращается выбор вариантов воздействия актуального для реализации «потенциального в актуальное» по Аристотелю, т.е. получения конечного результата. Тем самым ограничивается диапазон регулирования в процессе выработки стратегических решений и их оптимизации. Нельзя, однако, сказать, чтобы интеллектуальный ресурс стран не востребован. Он просто подвергается своеобразной рестрикции: социо-гуманитарная его часть сворачивается, а естественно-научные дисциплины направляется на удовлетворение запросов ВПК и некоторых ТНК. Пример цепочки трагических событий последних 2-х лет в Египте, Сирии, Ливии, Пакистане, Ираке, Афганистане, конфликт Японии и Китая из-за безлюдных островков в Желтом море и другие примеры, не ведущих к перспективным решениям и приносящих страдания тысячам людей, достаточно убедительно подтверждают эти тезисы для политических элит ведущих стран мира.

Утрата целостности интеллектуального процесса<sup>2</sup>, развившаяся в парадигме управления в Советском Союзе, его фактическое свертывание, прежде всего, в области стратегического анализа и планирования, социальной философии и общественных наук – оказались для управленческого потенциала страны невосполнимой потерей, потому что дальше процесс вел к всё большей деградации

---

<sup>2</sup> А. Неклесса. Номенклатурное государство. Взлет и падение <http://viperson.ru/wind.php?ID=525460&soch=1> свободный доступ.

элиты, ее интеллектуальной и материальной коррумпированности. Критическим деструктивным фактором стал государственный атеизм как отсутствие идеологической программы, резко сокративший горизонт истории и недопустимо упростивший параметры человеческого бытия, сводящий их только к теме индивидуального материального обогащения и выдвинувший национальных псевдолидеров и ложные примеры для подражания.

Государственные схемы управления не могут успешно работать с коротким горизонтом прогнозирования, как тактические, прагматичные схемы – они должны иметь объемное интеллектуальное пространство. Дефект этот, к сожалению, и через 20 лет после распада СССР в значительной степени сохраняется до настоящего времени.

Подобное развитие событий привело к тому, что в российском управленческом корпусе укоренилось стойкое в своей природе скептическое отношение к прогнозированию, управлению и мониторингу на стратегическом горизонте. Его основные черты – редукция, техницизм и бездуховность. Проблема концептуального и стратегического мышления, закреплённая даже во многих современных учебниках, повторяющих не очень удачные западные образцы, понимается, как правило, как «материальная», технологичная. Также и инновация понимается лишь как научно-техническое достижение. Выигрыш же осознается как конкретный и вещественный результат, желательный имеющий непосредственную рыночную стоимость, при этом слабо различаются выигрыш тактический и стратегический и т.п. Нарастающая неопределенность мира воспринимается все более упрощенными методами анализа.

Видеть все нелепости и недостатки и не отчаиваться, терпеливо вершить свое предназначение – не в этом ли глубокий смысл обращенного слова Христа в видении русского святого Силуана Афонского начала прошлого века, предсказавшего потрясения грядущих лет.

### ***Неопределенности и риски современного мира: эволюция теоретических моделей и их содержательного наполнения.***

Слово «риск» можно встретить в языках многих стран, однако даже единого или общего понимания этого термина, а тем более содержания как экономического феномена до сих пор не сложилось. В некоторых случаях вместо этого слова употребляют такие

как опасность, угроза, неопределенность наступления событий и другие. Попытаемся в этом разобраться, имея в виду, прежде всего, социально-экономические риски или риски в деятельности хозяйствующих субъектов. В 1921 году Дж. М. Кейнс выпустил книгу, озаглавленную «Курс теории вероятности» («A Treatise on Probability»). «Курс ...» является важным этапным исследованием сущности и приложений вероятностных законов, содержит критический анализ работ мыслителей предшествующих лет в области теории экономики, включая вопросы экономических рисков.

Книга Кейнса начинается с критики традиционной на тот момент времени точки зрения на вероятность, включая расчеты Гаусса, Паскаля и Лапласа. Он исходит из того, что теория вероятностей в прежнем виде имеет мало отношения к реальным жизненным ситуациям, в особенности, когда используют «опробитые методы и максималистские претензии школы Лапласа»<sup>3</sup>.

Объективная вероятность будущего события существует – «это не то, что называют результатом человеческой причуды», но наше невежество не позволяет точно знать величину вероятности; мы можем оперировать только оценками. «Маловероятно, – утверждает Кейнс, – что мы сможем открыть метод определения конкретной вероятности без помощи интуиции или прямого суждения... Предположение не является вероятным, поскольку мы его таким полагаем».

Размышления Кейнса об экономике постоянно касались понятия «неопределенности» – неопределенности того, сколько семья сэкономит или потратит, какую часть своих сбережений она потратит в будущем (и когда она ее потратит) и, что еще важнее, какую прибыль принесут определенные вложения в основной капитал<sup>4</sup>. Решения деловых групп о том, сколько и когда потратить на новое строительство, новое оборудование, новые технологии и новые методы производства, образуют движущую силу экономики. Однако тот факт, что эти «определенные» решения, в сущности, необратимы, делает их чрезвычайно рискованными вследствие отсутствия объективных данных о вероятности того, что они приведут к желаемым результатам.

---

<sup>3</sup> Не нужно удивляться темпераменту дискуссий апологетов различных исходных концепций анализа неопределенности будущих событий, и данный пример далеко не самый эмоциональный по форме выражения.

<sup>4</sup> Именно за эту неопределенность его критиковали оппоненты и пытались преодолеть его последователи и ученики, вводя понятие «склонности» населения к накоплению и сбережению в зависимости от условий роста.

Как заметил Ф. Найт в своей диссертации (еще за пятнадцать лет до опубликования «Общей теории» Кейнса): *«причиной проблемы неопределенности в экономике является ориентированный на будущее характер самого экономического процесса»*. Поскольку экономическая обстановка постоянно меняется, все экономические данные представляют собой крайне ограниченную основу для обобщений. Реальное время более значимо, чем абстрактное, и прошлые наборы данных редко бывают уместны. Если вчера вероятность чего-либо оценивалась в 75%, то чаще всего неизвестно, какова она будет завтра. Система, которая не может положиться на частотное распределение прошлых событий, особенно подвержена неожиданностям и колебаниям.

В 1937 году, в ответ на критику «Общей теории», Кейнс так суммировал свои взгляды: *«Под неопределенным знанием... я не подразумеваю просто различие между тем, что достоверно известно, и тем, что только вероятно. В этом смысле игра в рулетку не имеет отношения к тому, что я называю неопределенным... Я использую это понятие в том смысле, в каком неопределены перспективы новой европейской войны, или цен на медь, или ставки процента через двадцать лет, или устаревания новых изобретений... В подобных случаях вообще нет никаких научных предпосылок для вычисления какой-либо вероятности. Мы просто не знаем!»*.

*Приведет ли это изменение к добру или к худу, зависит от нас, именно в этом заложен смысл риска как результат воздействия неопределенности внешней среды и ее проявления в деятельности человека.* Вращение колеса рулетки само по себе не имеет к этой деятельности никакого отношения, как и извержение вулкана и цунами в океане, если они не влияют на деятельность человека.

В течение четверти века, последовавшей за публикацией Кейнсом «Общей теории», серьезный прогресс в понимании риска и неопределенности был достигнут в рамках теории (стратегических) игр. Теория игр, сосредоточившая свои усилия на анализе принятия решений, не походила на другие теории исходов событий, которые ранее возникали на основе анализа случайных игр (например, решение Ферма и Паскаля в отношении задачи «игры в balla», которую когда-то придумал Пациоли).

Таким образом, теория (стратегических) игр привнесла принципиально новый аспект в понимание неопределенности. Предшествующие теоретические модели принимали неопределен-

ность как данность и мало занимались ее происхождением. Теория игр показала, что *истинным источником неопределенности являются чаще всего намерения других*. Риск в игре порождается действиями субъекта, а неопределенность результата определяется намерениями и действиями других, внешних по отношению к субъекту участников.

С этой точки зрения почти всякое принимаемое нами решение является результатом ряда переговоров, в которых мы стараемся снизить неопределенность, давая другим то, что они хотят, в обмен на то, чего хотим мы.

Выбор альтернативы, обещающей *наибольшую выгоду*, как правило, создает *наибольший риск*, потому что он может спровоцировать усиленную защиту со стороны игроков, которые в результате наших усилий должны проиграть. Поэтому мы обычно выбираем компромиссные альтернативы, которые могут побудить нас заключить лучшую из худших сделок; для описания таких решений теория игр использует термины «максиминные» и «минимаксные» решения.

*Фон Нейман* и *Моргенштерн* заложили в основу «Теории игр и экономического поведения» важный стереотип человеческого поведения: выигрыши, которые выпадут на долю человека, максимизирующего свою полезность, т.е. заключающего лучшую из возможных сделок в пределах ограничений, налагаемых теорией игр, будут зависеть от того, сколько он сможет получить, если будет вести себя разумно. Это весьма важное наблюдение, о котором уже шла речь во введении, когда говорилось о необходимости для руководителя исходить не из целей максимизации прибыли, а из целей разумной максимизации реализации стратегических целей деятельности хозяйствующего субъекта.

Постулат теории игр о рациональности поведения и уверенность фон Неймана и Моргенштерна в том, что такое поведение может быть измерено и выражено количественными показателями, породили поток теорий и практических приложений.

В 1950-х и 1960-х годах были предприняты новые попытки расширить область применения рациональных методов выбора решений в условиях неопределенности внешней среды, особенно в экономике и финансовом деле.

Возврат к мирной жизни после Второй мировой войны, в которую были вовлечены 62 страны, стал благоприятной возможно-

стью извлечь пользу из болезненных уроков, полученных за долгие годы депрессии 30-х и войны 40-х. Экономическая теория Кейнса пользовалась поддержкой как средство управления циклами деловой активности и обеспечения полной занятости. С сегодняшней точки зрения управления сложными социально-экономическими системами действительно в случае глубокого экономического спада (потери устойчивости сложной системой) необходимо введение более строгого управления и активного регулирования экономики со стороны регуляторов (понижение неопределенности внешней среды). В этом отношении рекомендации Кейнса оказались своевременными.

Развитие мировых интеграционных процессов (впоследствии получивших название глобализации) привело к росту числа вненациональных экономических структур: Мирового банка, Мирового валютного фонда, системы учреждений (в том числе экономических – ЮНИДО, UNDP и др.) системы ООН, транснациональных корпораций, других международных организаций. Стали формироваться и развиваться межнациональные институты и структуры: мировой рынок финансов, международные фондовые и товарные биржи и т.п. Соответственно росту экономической активности росли и угрозы неопределенности и риски, связанные с этой деятельностью, особенно на международных рынках торговли кредитами, гарантиями, ценными бумагами и их производными инструментами. Важным специальным вопросом с ростом мировой фондовой торговли встала тема управления риском при инвестировании в ценные бумаги. Может показаться, что квантификация инвестиционного риска невозможна, но в современных условиях глобализации финансовых рынков умеют и успешно занимаются профессиональные инвесторы. Однако следует заметить, что когда стали считать экономический эффект, многие другие стороны полезности перестали быть значимыми. Произошла эволюция понятия полезности, введенного более 250 лет назад Д. Бернулли, разработанного Джевансом и другими исследователями в ряде практических моделей экономических систем, и к настоящему времени редуцированная – сведенная к лишь экономическому результату – эффекту.

Урок кризисов убедили инвесторов, что абсолютная эффективность – химера. Если не считать инструментов вроде облигаций с «нулевым купоном» или депозитных сертификатов с фиксированной процентной ставкой, все остальные акции и облигации не

дают инвесторам ни малейшей возможности влиять на доходность вложенного в них капитала. Даже ставки сберегательных счетов зависят от капризов банков, которые сами реагируют на изменения процентных ставок на рынках. Доход каждого инвестора зависит от того, сколько другие инвесторы заплатят за активы в некий момент неопределенного будущего, а поведение большого числа других инвесторов никто не может ни проконтролировать, ни даже предсказать с достаточной степенью достоверности.

С другой стороны, инвесторы *могут* управлять только тем риском, который они *на себя берут* (т.е. своими решениями и действиями). Сильно рискуя (принимая и реализуя рискованные решения), можно много выиграть, но только в том случае, если инвестор может выстоять в тяжелой ситуации<sup>5</sup>. Когда в 70-х кризисных годах эти простые истины стали очевидными для многих, Г. Марковиц приобрел авторитет среди профессиональных инвесторов и их клиентов своими работами, написанными более чем за 20 лет до того.

В его работе о «Формировании портфеля» поставлена задача использовать понятие риска при конструировании портфелей для инвесторов, которые «считают желательной запланированную прибыль и нежелательными колебания прибыли». Эти два показателя (мера прибыли и мера ее изменчивости), является опорным пунктом концепции Марковица.

В описании инвестиционной стратегии Марковиц не использует слово «риск»<sup>6</sup>. Он просто определяет изменчивость прибыли как «вещь нежелательную», которую инвесторы стараются минимизировать. Риск и изменчивость стали синонимами в понимании тех исследователей, которые придерживаются *количественного подхода* к анализу угроз. Возможность использования математического аппарата анализа обусловлена множественностью событий, подлежащих анализу. Фон Нейман и Morgenштерн начали измерять полезность (как вероятность выбора), Марковиц начал измерять инвестиционную изменчивость (возможно, характеризуемую

---

<sup>5</sup> Понятие «тяжелой ситуации» необходимо специально обсудить. Сжато можно отметить важность таких факторов как длительность во времени и амплитуда разброса результата деятельности, выраженная в том или ином виде, что позволит оценить ресурсы для управления рисками.

<sup>6</sup> Проблема использования слова «риск» связана с тем, что в ряде случаев его заменяют не вполне корректно словом угроза, в ряде случаев – ущерб, хотя при этом говорят о регулировании или даже управлении риском. Трудно управлять ущербом как результатом, следовательно, речь идет об управлении процессом минимизации или предупреждения ущерба, т.е. процессном понимании слова «риск». Подробно эти темы будут обсуждены далее.

как вероятность реализации) как результат процесса управления действиями инвестора (брокера) по формированию диверсифицированного портфеля.

«Диверсификация, – утверждает Г. Марковиц, – это здравая политика. Рекомендации, игнорирующие незаменимость политики диверсификации, должны быть отброшены и как гипотезы, и как правила поведения».

Стратегическая роль диверсификации является ключевой в концепции Марковица. Пуанкаре в свое время указывал, что поведение системы, состоящей из малого числа сильно взаимодействующих между собой частей, непредсказуемо. В рамках такой системы можно вдруг неожиданно обогатиться, а можно одним решением остаться без ничего. В диверсифицированном портфеле, напротив, некоторые акции будут подниматься, когда другие падают; в любом случае доходность разных ценных бумаг будет разной. Использование диверсификации для уменьшения изменчивости привлекательно для каждого, кто не любит риск и предпочитает определенное будущее неопределенному. Математический анализ диверсификации помогает понять причины ее привлекательности. Хотя прибыль от такого портфеля будет равна среднему от прибылей входящих в него разнородных вложений, зато изменчивость его прибыли будет *меньше*, чем средняя изменчивость прибыли отдельных составляющих. Главное условие – минимизировать *ковариантность по Марковицу* (или взаимосвязь между динамикой доходности) различных акций.

*Заменяв приблизительные интуитивные оценки неопределенности статистическим расчетом, Марковиц создал осмысленную процедуру формирования так называемого эффективного портфеля.* (В скобках заметим, что это возможно только в случае достаточно представительной выборки). Эффективный портфель минимизирует «нежелательный параметр» – изменчивость – и одновременно максимизирует «желательный параметр» – доход.

*Важный вывод теории заключен в том, что модель Марковица показывает, что не существует единственного эффективного портфеля, который был бы эффективнее всех остальных.* Нет однозначной оценки неопределенности и однозначности выбора решения и, соответственно, риска. Несмотря на важность для практики выводов статьи Марковица, на нее обрушилась критика с нападками на основные постулаты.



Во-первых, возник вопрос, *достаточно ли рациональны инвесторы*, чтобы, принимая решения, следовать рекомендациям Марковича. Если в процессе инвестирования интуиция превалирует над расчетом (что довольно характерно для российского бизнеса), все эти изыскания могут превратиться в простую потерю времени на сомнительное объяснение того, почему рынки ведут себя так, а не иначе. Ведь ошибки и действия ЛПР носят субъективный и непредсказуемый характер.

Во-вторых, *возникает вопрос, является ли дисперсия надлежащей мерой, характеризующей риск*. Здесь не все ясно. Если оценивать риск не как меру изменчивости результата, а как меру изменчивости процесса, как модель Марковича будет соответствовать этим условиям. Если инвесторы воспринимают риск как нечто отличное от дисперсии, может быть, можно заменить ее другой величиной, сохранив подход Марковича к оптимизации риска и прибыли. А может, и нельзя.

Наконец, в-третьих, *что будет, если гипотеза Марковича о положительной связи между риском и доходностью не выдержит эмпирической проверки?* Если малорисковые ценные бумаги станут систематически приносить высокие прибыли или вы потеряете с ними все, вся теория становится бесполезной. И как поступать в условиях неопределенности экономических спадов и кризисов на финансовых рынках: прошлое не действует, будущее – неясно. Налицо ассиметрия прошлых и будущих причинно-следственных связей.

Технические проблемы возникли в связи с предположением Марковича о том, что инвесторам будет не трудно получить оценку нужных для модели исходных данных – ожидаемой доходности, дисперсии и ковариации доходности отдельных пакетов ценных бумаг. Но, как отмечал Кейнс и в своей книге о теории вероятностей, и позже, *использование данных о прошлом таит в себе опасность не только в кризисные периоды, а постоянно*. И степень доверия не всегда может быть измерена, тем более с точностью, которой требует подход Марковича. Этот подход предполагает использование статистических и прогнозных оценок, но инвесторы знают, что такие расчеты обычно сопровождаются большим количеством ошибок. К тому же чувствительность процесса к малым расхождениям в оценке исходных данных делает результат еще более спорным.

Сам Марковиц был озабочен сложностью практической реализации своих идей. Вместе с *Уильямом Шарпом* (W. Sharpe), ко-

торый позднее разделил с ним Нобелевскую премию, он разработал метод, позволивший обойти процесс вычисления ковариации между отдельными ценными бумагами. Он предложил *оценивать дисперсию акции или облигации по отношению к рынку в целом*, что значительно упростило дело. На этой основе У. Шарп разработал получившую широкую известность модель оценки долгосрочных финансовых активов (Capital Asset Pricing Model, CAPM), позволяющую осуществлять оценку ценных бумаг для случая, когда все инвесторы формируют свои портфели в точном соответствии с рекомендациями Марковица.

*Другая «математическая» проблема* заключалась в том, что портфели и сами рынки ценных бумаг описывались только двумя числами – ожидаемой доходностью и дисперсией. Зависимость именно от этих двух чисел оправдана, только если распределение доходности ценных бумаг описывается кривой Гаусса. Отклонения от «нормальной» кривой недопустимы, и множество значений с каждой стороны от среднего должно быть распределено строго симметрично.

Часто данные укладываются в нормальное распределение достаточно точно, чтобы на их основе вычислять риск и принимать решения относительно портфеля. В других случаях несовершенство распределения данных стало поводом для разработки новых стратегий, о которых речь пойдет дальше.

Все указанные ограничения позволяют использовать методы диверсификации Г. Марковица лишь на ограниченном рынке ценных бумаг экономическом пространстве. Для расчета рисков в деятельности хозяйствующих субъектов, где статистика недостаточна для расчетов, необходимо использование других методов управления рисками.

Накопились и другие проблемы и трудности реализации предложений Г. Марковица. Например, нет согласия в определении причин изменчивости, не говоря уже о причинах того, почему величина изменчивости колеблется. С другой стороны, изменчивость беспокоит не всех. *Наличие риска в действиях означает, что на самом деле случится лишь часть того, что может случиться, – к этому и сводится определение изменчивости, – но время остается неопределенным.* При введении элемента времени ослабляется связь между риском и изменчивостью результата. Время изменяет риск несоответствия результата во многих отношениях, а не только его связь с изменчивостью.

Измерение риска значительно усложняется, если параметры не стабильны, а изменчивы. Даже сама изменчивость не стоит на месте.

Этим проблема не исчерпывается. Мало кто в течение всей своей жизни не меняет отношения к риску. *Люди становятся старше, мудрее, богаче или беднее, и понимание риска и степень его неприятия меняются в ту или иную сторону. Так же меняется отношение к риску и у инвесторов, что вызывает значительные изменения в их отношении к будущим доходам от акций и долгосрочных облигаций.*

Остроумный подход к такой возможности был предложен учеником, коллегой и соратником Г. Марковица нобелевским лауреатом Уильямом Шарпом. В 1990 году У. Шарп опубликовал статью, в которой проанализировал соотношение между изменением богатства и желанием инвесторов владеть рискованными ценными бумагами. *Хотя в соответствии с точкой зрения Д. Бернулли и Джевонса у богатых людей вероятность неприятия риска должна быть большей, чем у других, Шарп высказал гипотезу, что изменения богатства тоже влияют на степень неприятия риска.* Рост богатства повышает способность людей переносить потери, но потери эту способность уменьшают. Как следствие этого, увеличение богатства влечет за собой усиление аппетита к риску (его допустимого значения для данной системы, не вызывающего заметных отклонений), а потери ослабляют этот аппетит. Учет этих обстоятельств потребовал разработки новых моделей анализа рисков на современном этапе изучения иррациональности поведения субъекта анализа.

Всегда ли механизмы схождения к среднему срабатывают в достаточной мере для решения о наступлении будущих событий. Одно из ограничений – асимметрия выборки анализируемых событий, характерная для неустойчивых и кризисных состояний экономических систем, и отличие кривой распределения от «нормальной» формы, – уже упоминалось. Другое также было обсуждено, когда шла речь о необходимости многократного (представительного) повторения исходов для составления статистических баз данных. Об еще одном ограничении речь пойдет далее: рациональность и иррациональность при принятии решений или о человеческих слабостях. Постараемся сначала найти ответ на вопрос, который интересует не только опытных экономистов, но и некоторых думающих студентов старших курсов экономических факультетов<sup>7</sup>: почему корпорации платят акционерам дивиденды? *Если подсчитать аккуратно и точ-*

---

<sup>7</sup> В частности, этот вопрос обсуждался слушателями программы МВА в Московском институте международного бизнеса на лекциях по экономике инвестиций, которые я читал в 2006-2008 г.

но, акционеры при капитализации доходов в акции в таком варианте заработали бы больше. Ответ на вопрос, почему акционеры не поступают так рационально, т.е. в своих интересах, мы найдем в работах Д. Канемана, Г. Шифрина<sup>8</sup> и др., и обсудим далее.

Критика модели Марковица, неутрачивающая до сих пор, только стимулировала разработку новых концепций и новых приложений, которые никогда не смогли бы появиться без его основополагающей идеи диверсификации (таблица 1).

Таблица 1.

**Эволюции (моделей) теории анализа рисков  
на современном этапе**

<b>Исследователи методов оценки рисков</b>	<b>Годы жизни</b>	<b>Основные работы</b>	<b>Основные идеи модели</b>
Даниел Канэман	1934 – н.в.	«Суждение в условиях неопределенности» в соавторстве с А. Тверски.	Невнимание к механизму схождения к среднему является не единственной причиной ошибочных решений <sup>9</sup>
Аймос Тверски	1937–1996	«Суждение в условиях неопределенности» (1978)	Асимметрия между подходами к принятию решений, направленных на достижение выигрыша, и решений, направленных на избежание проигрыша, является одной из самых поразительных находок теории перспективы (и одной из самых полезных) <sup>10</sup> .
Герш Шифрин	1937 – н.в.	«Экономическая теория самоконтроля» (1981), «Почему инвесторы предпочитают получать дивиденды деньгами» (1984)	Гипотеза о двойственности человеческой психики. Эти две части нашей личности пребывают в постоянном противоборстве <sup>11</sup> .

<sup>8</sup> Г. Шифрин. «Почему инвесторы предпочитают получать дивиденды деньгами» 1984.

<sup>9</sup> Корень наших трудностей в выборке. Как Лейбниц когда-то напомнил Бернулли, природа столь разнообразна и столь сложна, что нам трудно делать правильные выводы из того, что мы наблюдаем. Нам доступны только крохи действительности, и это ведет нас к ошибочным выводам, или мы интерпретируем малые выборки как полноценное отражение характеристик большой совокупности.

<sup>10</sup> А. Тверски уверен, что «вероятностные суждения зависят не от событий, а от описания событий... суждение о вероятности события зависит от того, насколько четко оно описано».

<sup>11</sup> Одна часть нашей личности (планировщик) осуществляет долгосрочное планирование и принимает решения в пользу будущих интересов за счет немедленного удовлетворения. Другая часть нашей личности требует немедленного удовлетворения своих желаний.

Исследователи методов оценки рисков	Годы жизни	Основные работы	Основные идеи модели
Фишер Блэк	1938–1995	«Fact and Fantasy in the Use of Options» (1975).	Разработали Модели рынка производных инструментов (опционов) как механизм минимизации рисков.
Майрон Сэмбэл Шоулз	1941–н.в.	«Налоги и стратегия бизнеса» (1991; в соавторстве с М. Волфсоном).	Оценка опциона зависит от четырех элементов: срока его действия, цен, процентных ставок и изменчивости <sup>12</sup> .
Роберт Кархарт Мертон	1944–н.в.	«Финансовая инфраструктура и экономический рост» (1996). «Глобальная финансовая система: функциональная перспектива» ( <i>The Global Financial System: A Functional Perspective</i> , 1995).	Показали, что производные – это не сделки с акциями или процентными ставками, или ссудами под залог этих домов. В сделках с производными инструментами товаром является сама неопределенность.

Важные критические работы об иррациональном поведении на рынке, большая часть которых начала появляться в кризисные 1970-е годы, обусловили разрыв с оптимистической точкой зрения на рациональный подход, характерной для новаций 1950-х и 1960-х годов.

*Ричард Талер*, экономист из Чикагского университета, отметил, что люди не являются ни «законченными идиотами», ни «сверхрациональными автоматами». Тем не менее, новаторские исследования Талера о том, как люди делают выбор в реальной жизни, рисуют картину, значительно отклоняющуюся от того, во что верили Бернулли и Марковиц, рассуждая о полезности, рациональности и оптимальности.

Каждый человек считает себя разумным существом, способным даже в критических ситуациях здраво и расчетливо применять законы вероятности для осуществления выбора, перед лицом кото-

<sup>12</sup> Утверждение, что направление изменения цены акции не имеет значения для оценки опциона, противоречит интуитивным представлениям. Но в этом и заключается суть задачи, обусловленная асимметричной природой самого опциона: потенциальные потери инвестора ограничены исходной ценой опциона, в то время как потенциальная прибыль безгранична.

рого его ставит жизнь. Но то, что человек предполагает о себе, не есть то, что на самом деле. А насколько эти его представления о себе соответствуют действительности? Ведь не могут все одновременно оказаться выше среднего уровня? К тому же часто приходится принимать очень важные решения в сложных, запутанных, смущающих, а то и пугающих обстоятельствах, когда не хватает времени оперировать законами вероятности. Жизнь – это не игра в *balla*, хотя модель эта может быть использована в ряде практических ситуаций. Реальную жизнь часто затрудняет фон неопределенности поведения всех участников – акторов рынка, о котором говорил Кеннет Эрроу. Классическая модель рационального поведения – модель, на которой основывается теория игр и большинство концепций Марковица, – определяет, как акторы *должны* принимать решения перед лицом риска и на что был бы похож мир, если бы люди на самом деле вели себя в соответствии с этим определением. Однако многочисленные исследования и эксперименты показали, что отклонения от модели встречаются гораздо чаще, чем большинство из нас может предположить.

Наиболее значительные исследования поведения людей в условиях риска и неопределенности были выполнены двумя израильскими психологами *Дэниелом Канеманом* (Kahneman) и *Эймсом Тверски* (Tversky).

«Когда-нибудь вы придете к тому, что будете замечать схождение к среднему везде, – сказал Канеман. – Выполняют ли ваши дети то, что им сказано, хорошо ли играет баскетболист в сегодняшней игре, много ли ошибок совершит инвестор в этом квартале – будущие характеристики с большой вероятностью отразят схождение к среднему значению, независимо от того, поощрят их или накажут за предыдущие результаты». Эта идея о схождении к среднему, если ее продолжать в такой сфере как спортивные соревнования, в какой-то мере помогут объяснить большую вероятность проигрыша после победы или серии побед (или наоборот) любимой футбольной или хоккейной команды при условии относительного равенства сил команд.

Канеман и Тверски детально обсудили вопросы о том, не является ли невнимание к механизму схождения к среднему единственной причиной ошибок, которые подстерегают людей, пытающихся предвидеть будущее на основе прошлых фактов. Плодотворное сотрудничество ученых вылилось в серию интересных экспериментов,

направленных на выяснение поведения людей, делающих выбор перед лицом неопределенности.

«Теория перспективы» Канемана и Тверски открыла своеобразные стереотипы поведения, которые никогда не замечали сторонники рационального принятия решений. Канеман и Тверски приписали эти стереотипы двум человеческим слабостям.

*Во-первых*, эмоции часто мешают самоконтролю, который необходим для рационального подхода к принятию решений (так и хочется для минимизации риска пожелать быть сдержаннее при дискуссии и особенно принятии решений).

*Во-вторых*, люди часто не способны ясно понять, с чем имеют дело. Они испытывают то, что психологи называют трудностью осознания.

Корень трудностей во многом заключается в выборке. Именно ограниченность выборки вынуждает принимать решения, в которых проявляется иррациональность индивида. Лейбниц когда-то предупреждал Бернулли о том, «природа столь разнообразна и столь сложна, что трудно делать правильные выводы из того, что мы наблюдаем. Нам доступны только крохи действительности, и это ведет нас к ошибочным выводам, или мы интерпретируем малые выборки как полноценное отражение характеристик большой совокупности».

Вследствие этого люди склонны использовать субъективные методы измерения: Кейнсова трудноизмеримые, хотя и улучшенные Роем Форбсом Харродом, «степень уверенности», «склонность к сбережению и риску» фигурирует в их решениях гораздо чаще, чем вполне измеримый «треугольник Паскаля», а интуитивные оценки часто управляют даже тогда, когда они думают, что используем измерения.

ЛПР часто проявляют склонность к пренебрежению общими аспектами проблемы и углублению в частности – одна из причин того, что рекомендации Марковица по формированию портфеля так медленно и только после общемирового экономического (энергетического) кризиса начала 1970-х получали признание. Лица, принимающие решения уделяют повышенное внимание маловероятным событиям, связанным с драматическими последствиями, и обращают мало внимания на более вероятные рутинные события, по-разному воспринимают расходы и невозмещенные потери, хотя их влияние на их состояние одно и то же. Они начинают с чисто рационального

подхода к принятию решения о дальнейшем поведении в условиях риска и затем экстраполируют, рассчитывая главным образом на благоприятный исход. В результате они забывают о схождении к среднему, застревают на принятой ранее ошибочной позиции и тем самым порождают неприятности.

*Асимметрия между нашими подходами к принятию решений, направленных на достижение выигрыша, и решений, направленных на избежание проигрыша, является одной из самых продуктивных находок «теории перспектив» Канэмана - Тверски.*

Например, когда речь идет о значительных суммах, многие отказываются от игры, предпочитая гарантированный доход, – многие предпочитают просто получить 100 тыс. долларов, чем играть с шансами 50 на 50 выиграть 200 тыс. долларов или не получить ничего. Другими словами, люди не расположены к риску.

Но как обстоит дело с потерями? В первой статье Канэмана и Тверски, появившейся в 1979 году, описан эксперимент, показывающий, что выбор между отрицательными исходами является искаженным (т.е. не зеркальным) отображением нашего выбора между положительными исходами. В одном из экспериментов они сначала предлагали выбор между 80% шансов получения 4000 долларов и 20% шансов остаться при своих – с одной стороны, и 100% шансов получения 3000 долларов – с другой. Хотя рискованный выбор имел более высокое математическое ожидание (получение 3200 долларов), 80% опрошенных предпочли гарантированные 3000 долларов. Эти люди, в полном согласии с Бернулли, избегали риска.

Потом Канэман и Тверски предложили выбор между риском с 80% шансов *потери* 4000 долларов и 20% шансов остаться при своих – с одной стороны, и 100% шансов *потери* 3000 долларов. Теперь 92% опрошенных выбрали игру, хотя математическое ожидание *потери* 3200 долларов снова было больше, чем стопроцентная *потеря* 3000 долларов.

*Когда выбор касается потерь, люди выбирают риск.* Канэман и Тверски, как и многие их коллеги, выяснили, что такая асимметричность встречается постоянно в самых разных экспериментах.

Одним из результатов этого исследования стало понимание того, что Бернулли был не прав, когда заявлял, что «польза, полученная от малого приращения богатства, обратно пропорциональна уже имеющемуся богатству». Бернулли верил, что оправданность



риска, направленного на приумножение богатства, зависит от исходного уровня богатства. Канэман и Тверски обнаружили, что оценка рискованной возможности оказывается в гораздо большей зависимости от точки отсчета, с которой оценивается возможность выигрыша или проигрыша, а не от оценки конечной величины богатства, каким оно станет в результате игры. Решение определяется не тем, насколько вы богаты, а сделает ли вас принимаемое решение богаче или беднее – так называемым эффектом ментальности. Поэтому Тверски предостерегает: *«Наши предпочтения... могут быть изменены изменением точки отсчета»*.

Он ссылается на обследование, в ходе которого участников ставили перед выбором между политикой, обеспечивающей высокую занятость в сочетании с сильной инфляцией, и политикой, влекущей за собой низкую занятость и слабую инфляцию. Когда речь шла о выборе между уровнями безработицы в 10 или 5%, большинство высказалось за то, чтобы, смирившись с инфляцией, снизить уровень безработицы. Когда же было предложено выбирать между уровнями занятости в 90 и 95%, уменьшение инфляции показалось делом более важным, чем повышение уровня занятости на пять пунктов.

А. Тверски и его коллега *Крейг Фокс* (Fox) более детально исследовали неприятие неопределенности и пришли к выводу, что дело обстоит значительно сложнее, чем предполагал исследователь этой темы *Элсберг* в одной из своих работ. Они провели серию экспериментов, чтобы определить, во всех ли случаях или только в случайных играх люди предпочитают иметь дело скорее с известными вероятностями, чем с неизвестными.

Ответ был ясным и убедительным: люди предпочитают неизвестные вероятности в тех ситуациях, в которых они чувствуют свою компетентность, и известные вероятности в ситуациях, в которых они чувствуют себя некомпетентными. Отсюда Тверски и Фокс делают вывод, что *неприятие неопределенности «порождается чувством некомпетентности... и проявляется, когда человек оценивает совместно ясные и туманные перспективы, но оно уменьшается или исчезает вовсе, если оценивается каждая перспектива по отдельности»*.

В опубликованной в 1992 году статье, подводящей итог достижениям «теории перспективы», Канэман и Тверски делают следующее наблюдение: *«Теории выбора в лучшем случае приближительны и*

*несовершенны... Выбор является процессом конструктивным и ситуационным. Столкнувшись со сложной проблемой, люди... используют приблизительные и отрывочные расчеты».*

Теория перспективы отнюдь не приводит с необходимостью к пессимистической оценке человеческих возможностей. Ее авторы исходят из предположения, что «только рациональное поведение обеспечивает выживание в условиях конкуренции, а поведение, основанное на отказе от рациональности, будет хаотичным и непродуктивным». Напротив, они указывают, что большинство людей может выдержать в условиях конкуренции, даже поддаваясь причудам, делающим их поведение не вполне разумным по критериям Бернулли. «Возможно, важнее то, – утверждают они, – что, судя по имеющимся фактам, люди принимают упорядоченные решения, хотя их рациональность не всегда отвечает принятым критериям». Талер добавляет: «Квазирациональность не является формой немедленной обреченности». Поскольку упорядоченные решения предсказуемы, нет оснований считать, что поведение непременно окажется произвольным только потому, что оно не вполне отвечает жестким теоретическим постулатам.

Как указывает Дэниел Канэман, *«недостатки рациональной модели не в ее логике, а в использующем ее мозгу. Найдется ли такой мозг, который может в точности осуществить предписания модели? А ведь каждый должен бы знать и понимать всё, целиком и сразу».* Канэман был не первый, кто отмечал жесткие ограничения, налагаемые рациональной моделью, но он одним из первых объяснил последствия этих жестких требований и то, как совершенно нормальные люди их регулярно нарушают.

Если инвесторы склонны нарушать рациональную модель, она не может рассматриваться как надежное описание поведения рынков капитала. Значит, необходимо изыскивать новые инструменты измерения риска.

Группа ученых-экономистов во главе с Ричардом Талером в ответ на критику недостатков рациональной модели предложила новый подход – так называемый *финансовый бихевиоризм*. Финансовый бихевиоризм анализирует попытки инвесторов лавировать между угрозой потерь и прибылью, находя путь то с помощью бесстрастных вычислений, то действуя под влиянием эмоциональных импульсов. Результатом этого совмещения рационального и не столь уж рационального подходов является рынок капитала, кото-

рый и сам работает не вполне так, как должен бы в соответствии с описаниями его функций в теоретической модели.

*Мейр Стэтман* (Statman), профессор университета Санта-Клары и Шифрин выдвинули гипотезу о двойственности человеческой психики. Вспомним пример с получением дивидендов или роста капитализации акционеров.

Одна часть нашей личности (*планировщик*) осуществляет долгосрочное планирование и принимает решения в пользу будущих интересов за счет немедленного удовлетворения.

Другая часть нашей личности (*потребитель*) требует немедленного удовлетворения своих желаний. Эти две части нашей личности пребывают в постоянном противоборстве.

Планировщик, уповая на награду за самоограничение, порой выигрывает. А когда возникают потребности, у планировщика всегда под рукой дивиденды. Но планировщик ограничивает потребление неустанным повторением урока: тратить дивиденды – допустимо, а проедать капитал – грех.

Однажды уяснив этот урок, инвесторы начинают требовать, чтобы дивиденды выплачивались регулярно и постоянно росли. Нет дивидендов – нет денег на расходы. Нет выбора. Продажа нескольких акций или получение дивидендов – это только *в теории* абсолютно взаимозаменяемые источники финансирования потребительских затрат, и продажа акций даже выгоднее, поскольку облагается меньшим налогом, – но с учетом уловок, используемых психикой для самоконтроля, это *на практике* далеко не одно и то же. В этом кроется ответ на вопрос, задаваемый студентами и экономистами и поставленный в начале данного доклада. В этом можно найти объяснение даже коррупционных действий некоторых ЛПР, как в какой-то мере подсознательных актов стремления к получению «транзакционных дивидендов» в формулировке известного экономиста и крупного администратора Г.Х. Попова.

Талера удивляло «*весьма* интересное» несоответствие между ценами, за которые люди готовы купить и продать одни и те же вещи. Он придумал выражение «*эффект обладания*» для описания нашей склонности устанавливать более высокую продажную цену на то, что мы имеем (чем мы наделены), чем ту, которую мы бы заплатили, если бы этого не имели. Хотя каждый из нас помнит подобную ситуацию купли - продажи на любом рынке и не удивляется этому, но о причинах такого поведения не задумывается.

В ситуациях реальной жизни можно вычислять вероятности, только если подобные ситуации встречаются достаточно часто, чтобы походить на образчик случайных игр. В общем случае остается только изыскивать новые методы смягчения эффекта неожиданности и управления неизвестными рисками. Хотя диверсификация портфеля никогда не теряла своей значимости, профессиональные инвесторы не так давно заметили, что это решение неадекватно и недостаточно в новых условиях изменчивости и неопределенности.

С настоящей потребностью в новых методах управления риском совпали далеко не случайно впечатляющие высокотехнологические достижения, определяющие новейшие технологические уклады. Как раз когда проблема совершенствования контроля над риском стала особенно актуальной, в управлении инвестированием стали использоваться компьютеры и новейшие аналитические и расчетные программы. Впечатляющие возможности усилили чувство отчуждения, но одновременно значительно увеличили скорость обработки данных и умножили возможности реализации сложных стратегических решений.

*Начиналась новейшая эпоха в управлении риском, причем концепции, технологии и методы управления риском использовались финансовыми системами, но потребители были разбросаны далеко за пределами рынка капиталов.* Начался решительный переход от талантливых гаданий к использованию сложных программ, специальных информационных баз, систем хранения и защиты информации, специальных стандартов передачи данных на основе суперкомпьютеров и пр. Возникли новые приемы минимизации рисков на основе разработки новых инструментов и методов.

### ***Заключение.***

Как отмечает П. Бернстайн – «Бернулли и Эйнштейна интересовали законы косной природы, но человечеству приходится иметь дело с тем, что выходит за эти рамки, – с самим собой. По мере развития цивилизации мы все меньше зависим от капризов природы, но все больше – от решений и действий людей» (Бернстайн, 2000). Можно добавить, что очень хотелось бы, чтобы эти решения были максимально взвешенными с точки зрения их результатов.

Однако раньше растущая взаимозависимость людей не была предметом беспокойства экономистов-аналитиков, пока в 20–30-е годы XX-го столетия на нее не обратили внимание Найт и Кейнс. Большинство их предшественников были представителями позднего Ренессанса, Просвещения или эпохи Промышленной революции. Они рассматривали вероятность как свойство неизменных законов природы или предначертания свыше. При этом они считали, что люди действуют с той же степенью упорядоченности и предсказуемости, какую они обнаруживали в природных явлениях.

*Поведение людей в ходе принятия и реализации решений в условиях действия факторов неопределенности внешней среды и неопределенности будущего* просто не было предметом их рассмотрения. Их интересовали неопределенность будущих событий в виде статистических результатов случайных игр, болезней или вероятная продолжительность жизни, т.е. результаты которых определялись природой, а не решениями человека. Человек всегда рассматривался как рациональное существо (Даниил Бернулли описывал рациональность как «природу человека»), что упрощает задачу потому, что разумное человеческое поведение столь же предсказуемо, как и природные явления, – а может быть, и еще более предсказуемо. Эта точка зрения оправдывала использование естественнонаучных понятий для объяснения экономических и социальных явлений. Процесс квантификации характеристик субъекта, подобных предпочтениям и неприятию риска, считался, бесспорно, возможным и само собой разумеющимся. Во всех рассматриваемых ими примерах ни одно решение какого-либо человека никак не влияло на благополучие других людей.

Найт и Кейнс писали свои работы под влиянием экономического кризиса в мире и последствий Первой мировой войны. Их «радикально иная идея» об оценке неопределенности не имеет ничего общего с природой или дискуссией об относительности и неопределенности между А. Эйнштейном и М. Борном. Неопределенность рассматривается как следствие иррациональностей, которые Найт и Кейнс видят в *природе человека*, и означает, что анализ решения и выбора теперь не ограничивается более рациональным или идеальным (а еще лучше изолированным) человеком. Даже фон Нейман с его страстной верой в рациональность анализирует решения в мире, в котором решения каждого человека оказывают влияние на других и где каждый вынужден учитывать вероятную реак-

цию других на его собственные решения. Отсюда очень недалеко до результатов изучения Канэманом и Тверски случаев иррационального поведения и алогичного пренебрежения принципом инвариантности и исследований поведения сторонниками концептуального патрулирования.

Бесполезны ли в таком мире великие достижение прошлого: открытие понятий вероятность, схождение к среднему и диверсификация? Можно ли приспособить могучие средства, объясняющие многообразие природы, к поиску истоков неопределенности, асимметрии прошлого и будущего и неправильности выбора? Всегда ли нас будет подстерегать хаос неопределенности?

Прошлое редко и неочевидно предупреждает о будущих потрясениях, которые смешивают все выстроенные планы и ожидания. Но проходит время, и, когда мы изучаем историю происшедшего, истоки потрясений становятся столь очевидными, что мы с трудом понимаем, как участники событий могли не обратить внимания на то, что их ожидало, и более того сами стали инициаторами многих потрясений.

Те, кто живет только числами, могут обнаружить, что компьютер просто заменил оракулов, к которым в древние времена люди обращались за советом, когда нужно было делать выбор в условиях риска. *Когда мы забываем об этом, компьютер усугубляет наши концептуальные ошибки.*

В то же время нужно избегать пренебрежения числами, когда расчеты обещают большую точность решений, чем интуитивный подход, который, как показали Канэман и Тверски, часто ведет к непоследовательным и близоруким решениям.

Главная задача поведенческой экономики и других наук – понять как меняются условия экономической деятельности, вызывающие эволюцию содержания понятия риск в деятельности хозяйствующих субъектов и основные проблемы развития моделей анализа рисков исторически и в настоящее время. Понять, как принципиально меняется роль и место ЛПР в выборе траектории развития систем. Держать ум свой в аде и не отчаиваться. Благодаря этому удастся избежать или, по крайней мере, смягчить последствия многих катастрофических ошибок в масштабах от отдельного хозяйствующего субъекта до региональной и даже национальной экономики.

## **Литература**

- Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика. 1996
- Безденежных В.М., Горбачев В.В. Современные концепции естествознания. Учебное пособие. – М.: 2006.
- Бернштейн П. Против богов. Укрощение риска. – М.: 2000.
- Бернштейн П. Против богов. Укрощение риска. – М.: 2000.
- Вигнер Е. Этюды о симметрии. – М.: Мир, 1971, 318с.
- Владимиров В.А., Воробьев Ю.Л., Малинецкий Г.Г. и др. Управление риском. М.: Наука, 2000.
- Воробьев Ю.Л., Малинецкий Г.Г., Махутов Н.А. Управление риском с позиций нелинейной динамики. Человеческое измерение // Прикладная нелинейная динамика, Изв. ВУЗов, т.8, №6, 2000, с. 12–26.
- Егоров В.А., Каллистов Ю.Н., Митрофанов В.П., Пионтковский А.А. Математические модели глобального развития. Л.: Гидрометеоздат, 1980.
- Кастельс М. Информационная эпоха.- М.: 2000.
- Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. /Пер. с англ. проф. Н.Н. Любимова; под ред. д.э.н., проф. Л.П. Куракова.– М.: Гелиос АРВ, 2002.
- Луман Н. Понятие риска//THESIS. – 1994. – №5
- Моисеев Н.Н. Современный рационализм. М.: НГВП КОКС, 1995.
- Некlessа А. Время коротких горизонтов. Независимая Газета от 26.06.2008.
- Некlessа А. Миропознание и миростроительство: ценности, мышление, знание, (генезис и динамика форм)  
<http://viperson.ru/wind.php?ID=525446&soch=1> –свободный доступ.
- Некlessа А. Номенлатурное государство. Взлет и падение  
<http://viperson.ru/wind.php?ID=525460&soch=1> свободный доступ.
- Новое в синергетике. Взгляд в третье тысячелетие. Под ред. Малинецкого Г.Г., Курдюмова С.П. М.: Наука, 2002.
- Режимы с обострением. Эволюция идеи. М.: Наука, 1998.
- Риск как точная наука//Наука и жизнь, 1991, №3, с.2–5,59-64
- Рогов М.А. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2001.
- Сорос Дж. Алхимия финансов. М.:Инфра-М, 416с.
- Якубов И. К истокам русской святости. // Прямые инвестиции. № 3. 2012, с. 108.

# RISKS AND UNCERTAINTY IN MODERN WORLD: EVOLUTION OF CONTENTS

**V.M. Bezdenezhnyh**  
(Moscow, Russia)

## **Abstract.**

*This paper reports that the process of global social revolution has been developing for last decade. Phenomena of net culture and „power without state“ are analysed. International relations and international connections are replaced by new global financial institutions. The author implies that number of worrying and risky factors such as financial crises, modern ideologic constructions and administrative projects introduction has increased. According to the author, main purposes of behavioral economics are to understand change in conditions of economic performance, to define term „risk“ and describe problems of risk-analysis models development.*

**Keywords:** uncertainty, risk, game theory, desision-maker.



# ТЕОРИЯ ПСИХИЧЕСКОГО ОТРАЖЕНИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

**А.Н. Веригин**

(Севастополь, Украина)

## **Аннотация**

*В статье рассматривается проблема адекватности психического отражения человеком окружающего мира. Автор полагает, что философская теория адекватного психического отражения, на основе которой были построены теории психической деятельности и теория коллектива, не соответствует открытиям мировой психологии конца XX начала XXI века. Автор отмечает, что ощущение, восприятие, внимание, память, эмоции, воображение и другие психические процессы, а также психические свойства и состояния психики изобилуют ошибками, иллюзиями, примерами неадекватности и противоречиями. Однако на это российская психология советского периода никогда не обращала должного внимания. Самоуверенность людей приводит к отстаиванию права на обладание единственно правильным пониманием устройства физического и социального мира, а значит – к войнам, национальным конфликтам и другим противоречиям. Условием снижения неадекватности психического отражения на уровне отдельных людей, малых и больших групп, а также всего человечества автор считает развитие науки. Автор критикует ленинскую теорию адекватного психического отражения и утверждает, что если бы российские психологи не были поставлены в жесткие рамки коммунистической идеологии, то российская психология сегодня выглядела бы иначе. Автор подчеркивает, что теория адекватного психического отражения не является научно обоснованной и выполняет идеологическую и политическую функции.*

**Ключевые слова:** *иррациональность мышления, иррациональные экономические решения, неопределенность и риск, теория психического отражения, адекватность психического отражения, восприятие, иллюзии восприятия, психические процессы, парадигма, теория деятельности, теория коллектива.*

В 2002 году произошло событие, значение которого для психологии, особенно российской, трудно переоценить. Израильскому психологу Д. Канеману вручили Нобелевскую премию в области экономики по сути дела за психологические исследования. Его метод – это анализ выполнения экспериментальных заданий респондентами в искусственных условиях, далеких от реальности (Канеман, 2006). Результаты исследований: люди мыслят иррационально в условиях неопределенности и риска, а это значит, что при принятии реальных экономических решений они также могут быть иррациональными.

Это выдающееся событие тем не менее до сих пор не получило должной оценки в отечественной психологии. Ведь отечественная психология, основанная на теории психического отражения (которую точнее было бы называть теорией адекватного психического отражения) допускает возможность ошибок человеческого мышления, но доказывает, что в целом люди адекватно воспринимают окружающий мир, частью которого являются социальные и экономические процессы.

Что же сделали Д. Канеман, его соавтор А. Тверски и многие другие экономические психологи и поведенческие экономисты? Есть ли в этих исследованиях что-то принципиально новое для мировой науки? По сути дела иррациональность мышления в условиях неопределенности и риска – это лишь частный случай иррациональности мышления людей в целом. То есть в условиях «максимальной определенности» и отсутствия какого-либо риска люди также склонны мыслить иррационально. А это было показано задолго до Д. Канемана и А. Тверски такими исследователями, как, например, Дж. Фрезер, Л. Леви-Брюль, Б. Малиновский, Э. Тэйлор и т.д. Так Фрезеру приписывают идею о том, что в человеческом сознании между воспринимаемыми объектами могут устанавливаться некие «связи», которых в объективном мире реально не существует. Отсюда – мифы, заблуждения, предрассудки, религии и пр.

Более того, сегодня уже очевидно, что отдельный человек не только мыслит иррационально, но и вообще во многом неадекватно воспринимает окружающий мир. Его ощущения, восприятие, внимание, память, эмоции, воображение и другие психические процессы, а также психические свойства и состояния психики изобилуют ошибками, иллюзиями, примерами неадекватности и противоречиями.

Так если рассмотреть ощущения, которые авторы большинства российских учебников по общей психологии ошибочно называют наиболее простым психическим процессом, то здесь мы найдем огромное количество доказательств их неадекватности и несоответствия раздражителям, которые воздействуют на нервную систему человека (Zinchenko & Petrenko, 2009). Первое – это диапазон сенсорной чувствительности. Он достаточно узок по сравнению с чувствительностью многих других живых организмов. Абсолютные пороги чувствительности человека нестабильны и в значительной степени зависят от состояния нервной системы, работы мозга, измененных состояний сознания, других психических про-

цессов, например, внимания. Они существенно зависят также от психических состояний, например, усталости, стрессов, сложных чувств и простых эмоций.

Хорошо известно, что дифференциальные пороги чувствительности человека подчиняются закону Г. Фехнера (или С. Стивенса), но это опять говорит о неадекватности ощущений. Пример из учебника: если к 12 включенным электрическим лампочкам прибавить одну, то человек не увидит разницы в силе света; если одну – прибавить к трем лампочкам, то разница будет замечена сразу же и т.д., и т.п. Здесь следует подчеркнуть, что неадекватностью ощущений сегодня легко пользуются маркетологи и рекламисты. За последние сто лет они научились манипулировать звуками, запахами на местах продаж, пищевыми добавками, меняя вкус привычных продуктов и пр.

Другой психический процесс – восприятие – еще один хороший пример, подкрепляющий нашу точку зрения фактами. Психологами за многолетнюю историю исследований восприятия, например, зрительного и слухового, описаны сотни, если не тысячи перцептивных иллюзий. Это иллюзии Лайера-Мюллера, Вундта, Эббингауза, Зандера, Фестингера и, наконец, Каяхары. Например, известные эксперименты Дж. Стреттона с очками, переворачивающими изображение или меняющими угол восприятия, показывают, что мозг можно искусственно приручить к любой форме визуального воздействия. Возможно, в будущем люди научатся создавать субъективные образы на основе управления фосфенами или в условиях виртуальной компьютерной реальности, как в художественном фильме «Матрица» режиссеров братьев Вачовски.

Внимание как психический процесс также не является в данном случае исключением. Сам факт того, что внимание «сужает» сознание и ограничивает информацию, поступающую в процессе ощущений и восприятия в мозг, без всякого сомнения, можно рассматривать как свидетельство неадекватности психической деятельности человека условиям его существования. Ведь в этом случае большее количество важной для выживания информации часто остается за пределами психики. Вниманием сегодня легко манипулируют фокусники-престижитаторы, цыганки-гадалки, карманные воры и представители всевозможных тоталитарных сект. Рекламщики и промоутеры также хорошо знают, как можно легко ввести человека в заблуждение, манипулируя его вниманием.

Неадекватность еще одного важного психического процесса – человеческой памяти – прекрасно доказывают многолетние исследования Э. Лофтуса, например, ее знаменитый эксперимент, известный психологам под названием «Случай в шопинг центре». А вот эмоции в качестве примера здесь можно даже не рассматривать, так как они являются наилучшим доказательством того, что люди по-разному эмоционально воспринимают и представляют окружающий мир. И представления эти, как правило, неадекватны, неточны, ошибочны. По-разному воспринимают мир люди голодные и сытые, молодые и старые, больные и здоровые, богатые и бедные, смелые и трусливые, верующие и атеисты и т.д. и т.п.

Если под этим же углом проанализировать опыт социальной психологии, то окажется, что и здесь мы сплошь и рядом иррациональны и неадекватны по отношению к объективной реальности. Все эксперименты М. Шерифа, С. Аша, С. Милгрэма, Ф. Зимбардо, Л. Фестингера, С. Московичи и других крупных социальных психологов доказывают, что люди подвержены социальным влияниям, социальным сравнениям, социальным представлениям, которые заставляют их воспринимать мир и мыслить неадекватно, нелогично, иррационально и пр.

Таким образом, общая, социальная и экономическая психология, а также психофизиология и нейропсихология на основе научных фактов, полученных в экспериментальных и естественных условиях, сегодня во многом опровергают то, что с начала XX века считалось в российской психологии (точнее – в советской) незыблемой истиной. Отдельные люди и человечество в целом слишком высокого мнения о своих способностях адекватно воспринимать и осмысливать окружающий их мир. И это вполне объяснимо: если человек продукт эволюции, которая осуществляется на основе естественного отбора, описанного Ч. Дарвином, то вполне объяснимо, почему он неадекватно воспринимает окружающий мир. Все дело в том, что естественный отбор – изменчивость и наследственность – действуют только в рамках конкретных условий, в которых происходит видообразование (среда обитания, межвидовая борьба с соперниками за ареалы обитания и др.). Чтобы выжить предку человека, как и любому живому существу, вовсе не обязательно было воспринимать окружающий его мир максимально точно и в конкретных деталях. Достаточно только те характеристики среды обитания, которые необходимы для выживания и продолжения ро-

да. Так, для выживания не нужно было воспринимать электромагнитные волны, рентгеновское излучение, время и многое другое.

Однако, не все так безнадежно. В процессе развития труда и общения человеческий разум создал науку, которая в значительной степени компенсирует неадекватность психического отражения окружающей нас природы. Занимаясь научными изысканиями, египтяне придумали геометрию, греки попытались создать непротиворечивую формальную логику, Галилей – экспериментальную физику, Ньютон – интегральное и дифференциальное исчисление, Эйнштейн – общую теорию относительности, а Стивенс – психометрические шкалы и т.д., и т.п. И все это нужно было только для того, чтобы немного приблизиться к более правильному восприятию мира, пониманию того, как он устроен, и осознать, как неправильно воспринимает человек этот мир на основе того, что дала ему природа в процессе биологической эволюции.

Тем не менее, самоуверенность человечества, представление о том, что мир таков, каким мы его воспринимаем до сих пор является основной теоретико-методологической установкой (парадигмой) официальной науки на постсоветском пространстве, позволяя диктаторам морочить голову своим народам идеей о единственно верном понимании действительности об адекватном отражении экономических, политических и социальных процессов.

Отсутствие сомнений в правильности своих действий или уверенность в обладании абсолютной истиной опосредствованно оказываются причинами революций, переворотов, гражданских и мировых войн, репрессий, эксплуатации слаборазвитых стран, расовой неприязни, ксенофобии, этнических и других конфликтов, неравного распределения ресурсов и прибыли, появления сомнительных религий, предвзятых оценок объектов культуры и искусства и других «неприятностей». И лишь наука частично и только при правильном управлении ею, способна некоторым образом компенсировать недостатки индивидуальной, групповой и общественной психологии.

Почему в советской науке так было важно доказать, что человек воспринимает мир адекватно, что мир именно таков, каким мы его ощущаем и воспринимаем?

Когда В.И. Ленин создавал теорию адекватного психического отражения, то главным для него был не научный анализ, а возможность выбрать в науке и философии то, что подходило бы для ре-

волюции (Ленин, 1909). В классическом смысле В.И. Ленин никогда не был ни ученым, ни философом. Он не принимал иной точки зрения, не любил критики, не проводил экспериментов. Реально он не был ни психологом, ни физиологом, ни экономистом. В.И. Ленин был революционером. Он практически никогда не изучал и не применял в работе экспериментальную науку, о высшей математике имел весьма общее представление, а статистику называл «большой ложью». Ему просто это было не нужно.

Советская пропаганда всегда поддерживала мысль, что Ленин – хорошо образованный человек. Более того, утверждалось, что он – гений, а значит некоторые «открытия» он «имеет право» делать без всяких экспериментов и серьезных научных исследований. Ведь, как известно, великие открытия «из головы» и без экспериментов обычно приписывают только гениям. И вообще понятие гениальности очень подходит для того, чтобы ничего не объяснять (Ленин, 1909; Цзэдун, 2007; Service, 2000).

Советская психология не могла объяснить, откуда берется гениальность и даже не ставила такую цель перед собой. Ведь идея всеобщего равенства предполагала, что в благоприятных условиях обучить чему угодно можно почти любого здорового ребенка. Отрицалась возможность генетического переноса способностей от родителей детям, идея саморазвития (то, что сегодня стали называть синергетикой) и др. Но парадоксально, что именно эта наука с легкостью признавала гениальными К. Маркса и В. Ленина потому, что это было нужно революции (точнее – революционной власти).

В научной литературе советского периода (в СССР это сотни тысяч изданий) нет, ни единого упоминания об ошибках или научных заблуждениях В.И. Ленина и К. Маркса. В официальной литературе того времени невозможно было встретить ни единого критического замечания не только по поводу изданных или неизданных работ этих авторов, но и по поводу их личных качеств, поведения в обществе или соблюдения ими моральных норм (Service, 2000). Однако очевидно, что социальная революция и научная революция – это абсолютно разные вещи (Пуанкаре, 1983; Кун, 2009). Нельзя заниматься и тем, и другим одновременно. Да и мышление социального революционера принципиально отличается от мышления того, кто способен произвести революцию в науке. Хороший отечественный пример – академик А.Д. Сахаров. Либо ты физик, либо – борец за правду и против несправедливости.

Автор теории адекватного психического отражения – В.И. Ленин – всегда был человеком слова и дела и отличался чрезмерным трудолюбием. Однако он принимал работы К. Маркса без критики, но жестоко критикуя все, что им противоречило. Может быть, потому и не получился у В.И. Ленина идеальный социализм, что он был плохим практическим психологом и не любил психологов – ученых? Товарищи по партии постоянно предавали, рабочих и крестьян нужно было держать в нищете, чтобы они легче подчинялись партийным решениям, а «попов» и инакомыслящих интеллигентов – уничтожать, чтобы народу не «дурили голову» идеализмом.

Теория адекватного психического отражения появилась в недрах революционной философии, но ее нужно было привязать к конкретной науке. В отечественной психологии эту задачу способны были выполнить только талантливые ученые, например, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн и др. Сегодня вполне можно допустить, что, если бы Л.С. Выготский и А.Н. Леонтьев работали свободно (без давления «революционной» теории адекватного психического отражения), то вполне возможно, что их работы иначе представляли бы нам природу и процесс формирования психики. Достаточно вспомнить «увлечения» Л.С. Выготского педологией, подспудно допускавшие идеи генетики. В книге «Психология искусства» он вообще высказывал «странные мысли» по поводу творческого озарения, возникающего из чего-то неосознаваемого. Можно вспомнить эксперименты А.Н. Леонтьева со световым воздействием на кожу, подробно описанные в его книге «Проблемы развития психики», что также не очень-то вписывается в теорию адекватного психического отражения.

Однако против психологической теории деятельности, созданной А.Н. Леонтьевым и его учениками, в советские времена так же было трудно выступать, как и против философских идей В.И. Ленина. И тот факт, что принцип единства сознания и деятельности С.Л. Рубинштейна, мягко говоря, не совсем верен, осознавали в СССР многие, но открыто выступить против этого, мало кто мог себе позволить. Среди тех, кто это делал, были только очень яркие и независимые личности, как, например, Г.П. Щедровицкий и М. Мамардашвили. Однако им приходилось всячески маскироваться и встраивать свои идеи в сложные лингвистические конструкции, чтобы смысл сказанного ими был понятен немногим.

В условиях жесткого социализма сталинской эпохи критиковать теорию адекватного психического отражения было равносильно самоубийству. Одним из наиболее талантливых ученых за всю историю существования советской науки, без всякого сомнения, можно считать Н.А. Берштейна. Он подвергался жесточайшим гонениям, его публично обвиняли в космополитизме, идеализме и пр. Но его работы по изучению движений человека и животных фактически создавали новую теорию так называемого «опережающего отражения» и отвергали возможность применения модели условного рефлекса И.П. Павлова по отношению к высшей нервной деятельности. Однако на титульной странице одной из своих основных работ 1947 года, а именно – «О построении движения», он написал: «Светлой, неугасающей памяти товарищей, отдавших свою жизнь в борьбе за Советскую Родину». Невольно вспоминаешь знаменитую фразу: «Когда страна становится убийцей, она называет себя Родиной».

Хорошим примером современного свободомыслия начала XXI века и одновременно выявления на практике научного противоречия служит публичная телевизионная дискуссия писательницы-феминистки М. Арбатовой и священника-философа А.Кураева. Дискуссия по одному из центральных каналов была посвящена абортам. Позиция А.Кураева: «Плод во чреве матери наделен сознанием, он чувствует свою приближающуюся гибель еще до проведения операции». Доказательство – цитаты из библии о душе и научно-популярный японский фильм, когда видеокамера, установленная в теле матери, показывает, как ведет себя ребенок за несколько минут до аборта. Позиция М. Арбатовой: «Этот фильм – подтасовка, сознания у плода нет, аборт необходимо поддерживать, чтобы дать женщине равные права с мужчиной делать профессиональную карьеру и быть независимой от ее биологической природы».

Что же по этому поводу говорит наука? Если принцип единства сознания и деятельности С.Л. Рубинштейна верен, то однозначно права М. Арбатова. У эмбриона нет деятельности, а значит – нет сознания, то есть его однозначно нельзя признавать личностью. Но ведь этот принцип – результат развития теории адекватного психического отражения. В этом случае идеи (хотя бы в качестве научной гипотезы) о том, что элементы индивидуального сознания могут формироваться пренатально, как полагал, например К.Г. Юнг, придется проигнорировать.



Теория адекватного психического отражения с позиций галилеевской науки собственно научной теорией никоим образом не является, так как была сформулирована без всяких убедительных эмпирических оснований в 1908 году, а позже – лишь «подтверждена» советскими учеными, которые вынуждены были выбирать между возможностью заниматься любимым делом в сносных коммунальных условиях или погибнуть в голоде и холоде на лесоповале (Ленин, 1909; Цзэдун, 2007).

Сегодня становится понятным, что принцип единства сознания и деятельности в значительной степени – заблуждение по очень многим основаниям. Современный психоанализ и нейропсихология предлагают «недеятельностные» факты работы подсознания и мозга в процессе сна. Это было показано, в частности, М. Райхле, Н. Бехтеревой и другими. Когнитивная психология и психология способностей дают аналогичные факты врожденных основ восприятия, одаренности и творчества, как полагал, например, Пономарев Я.А. Бихевиоризм и зоопсихология показывают сложность и разумность поведения и мышления животных, лишенных орудийной деятельности. Психолингвистика, например, Н. Хомский, предлагает модели врожденных оснований для овладения языком и речью. Социальная и экономическая психология показывают, что социальные установки и стереотипы оказываются сильнее индивидуального опыта отдельных людей. Это убедительно продемонстрировали работы Д. Канемана, А. Тверски, А.И. Китова, М. Шерифа, С. Аша, С. Московичи и др. Здесь даже не имеет смысла упоминать почти двухсотлетний опыт клинической и патопсихологии. То есть эмпирические факты накапливаются, а теория стоит на месте.

Еще одна знаменитая теория, основанная на принципе адекватного психического отражения, – это теория коллектива, которую часто советские социальные психологи называют теорией А.В. Петровского. Как известно, суть теории проста и позаимствована у революционного педагога А.С. Макаренко: коллективом, то есть идеальной во всех отношениях малой группой, признается только сплоченная профессиональная группа людей, цели которой совпадают с целями общества (точнее социалистического общества). Это означает, что коллектив – сугубо советское социальное явление, причем каким-то странным образом напрочь лишенное конформизма. Занимался бы созданием теории коллектива профессор А.В. Петровский, если бы не теория адекватного психического

отражения и мощный идеологический пресс? Скорее всего, нет. И это доказывает советский научно-популярный фильм с участием А.В. Петровского «Я и другие», выпущенный в 1971 году. Фильм, в котором показаны эксперименты У. Найссера, С. Аша и других «буржуазных» психологов, изучавших неадекватность человеческой психики в социальных условиях.

Очевидно, что изменение основной парадигмы в науке происходит не только после смены основного состава ее формальных лидеров и переосмыслении накопленного позитивного и негативного опыта (Кун, 2009), но и в результате противоречий, которые накапливает практика. Так, например, хорошо известно, что проблема любых конфликтов не решаема, если у каждой из конфликтующих сторон нет сомнения в правильности своих действий. А это во многом определяется самоуверенностью сторон, точнее – уверенностью в полной адекватности взглядов на конкретную, например, политическую или экономическую ситуацию. Люди часто уверены, что они правильно воспринимают, понимают и оценивают ситуацию только потому, что теории, подобные теории адекватного психического отражения, создают и размещают в подсознании человека установку на то, что воспринимаемый мир именно таков, каким мы его воспринимаем. В этом случае конфликтующий человек (группа людей или страна) чаще всего полагает, что он прав, а противник просто ошибается и обязательно должен принять его точку зрения.

Когда речь идет о взаимосвязи теории и практики, деятельность российских психологов-практиков выглядит весьма оригинально. Оказывается, они могут заниматься своим делом (и достаточно эффективно), независимо от теории. Их вполне устроит и теория адекватного психического отражения, и теория психической деятельности, и теория опережающего отражения. Даже в очень непростые времена, они все равно использовали запрещенный психоанализ, непопулярную когнитивную психологию или официально критикуемый бихевиоризм, если это нужно было для того, чтобы лечить, учить или решать семейные и личные проблемы людей. То есть знаменитая ленинская мысль о том, что критерием истины является практика, справедлива лишь для определенных условий и сегодня не может приниматься без научной проверки и доказательств. Ведь практику, как и теорию, тоже можно трактовать по-разному.

Теория психической деятельности, основанная на теории психического отражения, не могла объяснить многие важные для психологии феномены. И это понимали практически все советские психологи, которые серьезно занимались эмпирическими научными исследованиями. Именно поэтому такой ажиотаж вызвал, например, международный конгресс по бессознательному, который состоялся в СССР в 1979 г. в Тбилиси.

Сегодня теория психической деятельности все еще популярна. По крайней мере, ни один учебник, даже самый новый, не обходится без ссылок на нее и подробно описывает, как формируется сознание в деятельности, как возникают «сдвиг мотива на цель», «цели на мотив» и опредмечиваются потребности. Может быть, это происходит потому, что идея адекватности психического отражения человеком окружающего его мира и возможность обладать истиной (пусть, по В.И. Ленину, только «относительной») сегодня не теряет своей актуальности. Иначе придется усомниться в том, что мы адекватно воспринимаем мир, и что поражающее воображение экономическое неравенство людей в нашей стране и мире – это единственная, логичная и адекватная форма экономических отношений. Хотя что-то подсказывает, что чрезмерное богатство одних людей и нищета и голод других в основе своей имеют нечто иррациональное, требуют глубокого научного анализа и принятия практических решений.

Без всякого сомнения, советские ученые сделали бы в отечественной и мировой науке намного больше, если бы эта наука развивалась по своим внутренним законам, а не по правилам, привнесенным извне. Сомнительный принцип – наука всегда зависит от идеологии – позволяет и сегодня публиковать монографии, переписывать одни и те же учебники, защищать диссертации, то есть накапливать «научную информацию», которая никому не нужна, и «опредмечивать» бюджетные деньги. Но вряд ли можно приблизиться к истине, постоянно что-то преодолевая, оглядываясь и выполняя чьи-то установки, делая вид, что ты со всем согласен и ни в чем не сомневаешься.

Так, может быть, человечество должно когда-нибудь задуматься над тем, что оно не обладает, и никогда не будет обладать адекватным и полным знанием о том, как устроен мир «на самом деле», и, может быть, прав И. Кант, что истина всегда остается за пределами познания? Вопрос риторический – ответ очевиден.

## **Литература**

- Канеман Д. Внимание и усилие. – М.: «Смысл», 2006.  
Кун Т.С. Структура научных революций. – М., 2009.  
Ленин В.И. Материализм и эмпириокритицизм. – «Звено», 1909.  
Пуанкаре А. О науке. – М.: Наука, 1983.  
Цзэдун М. Маленькая красная книжица. – М.: Алгоритм, 2007.  
Psychology in Russia: State of the Art. Scientific Yearbook / Ed. By  
Y. Zinchenko & V. Petrenko. – Moscow: Russian Psychological Society, 2009.  
Service R. Lenin. A biography. – Pan books, 2000.

## **THE THEORY OF PSYCHIC REFLECTION AND ECONOMIC PSYCHOLOGY**

**A.N. Verigin**

*(Sevastopol, The Ukraine)*

### **Abstract.**

*This paper reviews the problem of adequacy of psychic reflection. A fundamental philosophical concept of psychic reflection was a basis for the concept of activity and theory of collective behavior but now is not supported by new findings XX-XXI ages. The author's opinion is based on contradictions, errors and illusions in sensation, perception, attention, memory, imagination and thinking. Overconfidence leads to errors in understanding social and physic world so wars, national conflicts and other contradictions arise. Development of science is supposed the only way to decrease psychic reflection errors and biases. The author criticises Lenin's concept of adequate psychic reflection for being only ideological and political but not science-based.*

**Keywords:** *irrational thinking, irrational economic decision-making, risk and uncertainty, psychic reflection theory, perception, illusions, mental processes, the concept of activity, theory of collective behavior.*

# ЛИЧНОСТЬ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАК ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

**О.В. Гордякова, А.Н. Лебедев**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье рассматривается проблема индивидуального подхода к потребителю в системе современных маркетинговых коммуникаций. Подчеркивается, что в условиях рынка традиционную рекламу сегодня существенно потеснили новые методы продвижения товаров и услуг. Главное преимущество этих методов – возможность влиять на процесс принятия решения о покупке с учетом индивидуально-психологических (личностных) характеристик покупателей (потребителей). В статье представлены результаты эмпирического исследования, которое описывает связь личностных характеристик человека с оценками некоторых маркетинговых коммуникаций. Респондентам предлагается рекламируемый товар (планшетное компьютерное устройство) в разных условиях продажи. Также представлены психологические оценки различных маркетинговых коммуникаций, которые могут быть связаны с эффективностью психологического воздействия на покупателя.*

**Ключевые слова:** маркетинговые коммуникации, психологические механизмы маркетинговых коммуникаций, брендинг, позиционирование, психологическое воздействие, маркетинговые исследования, экспериментально-психологическое исследование, семантический дифференциал, психодиагностическое тестирование.

Продвижение товаров и услуг на рынке предполагает систему психологических воздействий на целевую группу потребителей средствами маркетинговых коммуникаций. В настоящее время исследователи описывают около тридцати маркетинговых коммуникаций, основанных на различных психологических механизмах воздействия на потребителя (Гордякова, Баженова, Елкина, 2010; Лебедев-Любимов, 2007, 2008; Ульяновский, 2008; Assael, 1993; Futrell, 2001; Jefkins, 1998; Le Pla, Parker, 2002; O'Guinn, Allen, Semenik, 2003; Rossiter, Percy, 1997; Schultz, Barnes, 1999). Широкая вариативность индивидуально-психологических свойств потребителя определяет степень эффективности тех или иных маркетинговых коммуникаций. Для этого на практике учитываются все

психические процессы, свойства и состояния человека. В прикладной экономической психологии в настоящее время, однако, обнаруживается явный недостаток исследований, выявляющих взаимосвязь индивидуально-психологических (личностных) характеристик потребителей с теми или иными технологиями позиционирования товаров и услуг на рынках в условиях развивающейся рыночной экономики России (Лебедев-Любимов, 2007; Davis, 1997; Gunter, Furnham, 1992; Rossiter, Percy, 1997).

Современная мировая система маркетинговых коммуникаций формировалась в течение всего прошлого века. С появлением маркетинга как особой формы экономической деятельности традиционная реклама дополнялась, а в ряде случаев вытеснялась, более сложными и эффективными методами вовлечения потребителя в процесс знакомства с товаром (брендом) и его покупки. Начало XX века ознаменовалось огромным количеством экспериментально-психологических исследований, выявляющих закономерности восприятия различных видов традиционной рекламы потребителями, отношения к ней и ее воздействия. Результаты исследований и методики подробно описаны в ряде работ (Лебедев-Любимов, 2007). Было показано, что многие закономерности, открытые при проведении экономико-психологических исследований, проявляются еще на этапе восприятия потребителями рекламы, например, – это принятие решения о покупке нового товара или услуги.

Начало XXI века характеризуется появлением мощной, разветвленной и психологически более эффективной системой маркетинговых коммуникаций, в которой традиционная реклама по степени психологического воздействия на потребителей играет существенную, но далеко не ведущую роль. Сегодня маркетологи выделяют сегменты рынка, в которых традиционная реклама (advertising) оказывается психологически мало эффективной, а такие маркетинговые коммуникации как продакт плейсмент (product placement), директ маркетинг (direct marketing) и личные продажи (personal selling) приносят рекламодателям в этих сегментах огромную прибыль (Лебедев-Любимов, 2007; Ульяновский, 2008).

Разумеется, наибольшего психологического эффекта маркетолог достигает в том случае, если выполнение мероприятий по вовлечению потребителя в процесс покупки товара осуществляется на основе данных экономической психологии и применения широкого спектра маркетинговых коммуникаций, то есть когда тради-

ционная реклама грамотно комбинируется, например, с публичными отношениями (public relations), мерчендайзингом (merchandising), выставочной деятельностью (exhibition) и пр.

Так, если традиционная реклама (телевизионная, наружная, по радио, в прессе) в большей степени ориентирована на психические процессы человека (восприятие, внимание, память и др.), то такие виды маркетинговых коммуникаций, как, например, личные продажи (personal selling), директ маркетинг (direct marketing) и сэмплинг (sampling) предполагают индивидуальный подход к потребителю (покупателю), оценку его эмоциональной сферы, личностных качеств, особенностей индивидуального мышления и поведения. Здесь важную роль играют также социально-психологические свойства личности покупателя, социальные оценки (social assessments), социальные представления (social representations), социальные сравнения (social comparisons) и др.

Проведение экономико-психологических исследований в структуре комплекса маркетинговых коммуникаций и использование полученных результатов на практике является важным условием эффективного взаимодействия продавца и покупателя (рекламодателя и потребителя), формирование эффективного взаиморазвивающегося диалога между ними (Лебедев-Любимов, 2008; Якобуччи, Черчилль, 2004; Aaker, Kumar, 2001; Haskins, 1993; Malhotra, 2003).

Если традиционная реклама представляет собой одностороннее воздействие рекламиста на потребителя рекламы (потенциального потребителя товара) с отсроченной во времени обратной связью, то современные формы маркетинговых коммуникаций способны учитывать реакцию покупателя (потребителя) практически мгновенно или через незначительное время (минуты, часы, дни). Если традиционная реклама, учитывая самые современные технологии, психологически крайне инертна, то исторически позже появившиеся маркетинговые коммуникации легко меняют форму своего воздействия, а значит во много раз эффективнее не только в психологическом, но и в экономическом плане.

Исследования показывают, что маркетинговые коммуникации, появившиеся во второй половине прошлого века, обеспеченные более совершенными техническими средствами, не исключают высокой эффективности традиционной рекламы, но становятся психологически более тонкими и применимы в тех случаях, где традиционная реклама уже не эффективна. Например, это продажа-

покупка средств сотовой связи, видео- аудио техники, бытовой техники, компьютеров и пр. На рекламном щите или в рекламном видеоролике невозможно описать сложное техническое устройство так, чтобы покупатель выделил именно те его функции, которые необходимы ему лично. Для этого нужен непосредственный контакт покупателя с продавцом, консультантом, экспертом и сэмплинг. Таким образом, для исследования эффективности маркетинговых коммуникаций необходимо изучение личности потребителя, анализ его индивидуальных характеристик, описание типологий покупателей (потребителей) с учетом вариативности и неповторимости конкретных людей.

Поэтому одной из актуальных задач психологии маркетинговых коммуникаций как достаточно нового (особенно для России) направления экономической психологии, является изучение взаимосвязи отношения покупателя (потребителя) к товару-услуге-бренду и его личностных особенностей. Личный контакт, непосредственное общение промоутера с клиентом, консультанта торгового зала с покупателем или опосредствованный контакт продавца и покупателя через почтовую переписку, интернет сайты, интернет магазины и др. предполагает выбор индивидуального способа воздействия с целью достижения максимальной выгоды для первого и максимального удовлетворения потребностей для второго.

По степени индивидуализации и диалогичности отношений продавца и покупателя современные маркетинговые коммуникации в разы или в десятки раз оказываются психологически более эффективными, чем традиционная реклама. Кроме того маркетинговые исследования позволяют оценить как психологическую, так и экономическую эффективность продаж в системе маркетинговых коммуникаций, что всегда было сложно сделать при использовании традиционной рекламы. В свою очередь, это позволяет не только увеличивать и экономить финансовые средства, но и в большей степени удовлетворять потребности населения в товарах и услугах.

В течение трех лет с 2010 по 2012 год нами проводилось исследование по теме «Психологическая эффективность маркетинговых коммуникаций в динамичных социально-экономических условиях современной России»<sup>1</sup>. На последних этапах исследования мы

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проведения научных исследований («Психологическая эффективность маркетинговых коммуникаций в динамичных социально-экономических условиях современной России»), проект № 10-06-00092а.



получили данные, позволяющие определить существенные статистически значимые связи между эмоциональными оценками одного и того же товара (бренда), представленного в разных маркетинговых коммуникациях (включая традиционную рекламу) и личностных характеристик потребителей.

Испытуемым (N=180), представителям целевой аудитории в возрасте от 18 до 40 лет, среди которых 55% женщины, 45% мужчины, было предложено оценить по модифицированной методике семантического дифференциала (СД) информацию о продукте компании Samsung (планшет Galaxy Tab). Испытуемые оценивали:

- традиционную рекламу – advertising – которая предлагалась испытуемым в виде фотографий билбордов с изображениями товара и слоганом: «А еще он умеет звонить!» (в данном типе маркетинговой коммуникации воздействие основано на психологических механизмах восприятия, внимания, памяти, мышления и других психических процессов);

- печатный текст с использованием технологии product placement: здесь бренд встраивался в контекст художественного произведения как естественный атрибут сюжета (психологическое воздействие в данном типе маркетинговой коммуникации ориентировано на эффекты непроизвольного внимания и памяти, а также – на психологические механизмы идентификации потребителя с персонажами художественного произведения);

- устный рекламный текст, предъявляемый в условиях личных продаж – personal selling, который зачитывался экспериментатором группе испытуемых (данное воздействие ориентировано на социально психологические механизмы непосредственного общения, суггестию и убеждение);

- письменный текст – direct marketing, с личным обращением – указывалась фамилия адресата (потенциального потребителя), текст сопровождался подписью вымышленного представителя компании SAMSUNG в России (психологическое воздействие основано на механизмах опосредствованного общения, на сравнениях и убеждении);

- «рекламный буклет» моделировал маркетинговую коммуникацию на sales promotion, содержащий выгодное для респондента предложение о скидке при возможной покупке до 15% (психологическое воздействие основано на механизмах мышления и мотивации пользы и выгоды);

- реальные выставочные рекламные материалы продукта – exhibition;
- торговые прилавки и фотографии прилавков ряда московских магазинов, где продается товар, т.е. оценивался товар, представленный в интерьерах торговых залов – merchandising;
- предлагался продукт, который респондент мог протестировать в лабораторных условиях или непосредственно на месте продажи – sampling.

Экспериментальное исследование проходило поэтапно. На первом этапе всем испытуемым предлагалось заполнить опросник 16 PF Кеттелла (187 вопросов). На втором – оценить «идеальную» рекламу по методике семантического дифференциала Ч. Осгуда (таблица 1). На третьем этапе испытуемые оценивали коммерческое предложение, представленное в различных типах маркетинговых коммуникаций по аналогичной методике.

*Таблица 1.*

**Шкалы семантического дифференциала для оценки экспериментальных материалов (СД)**

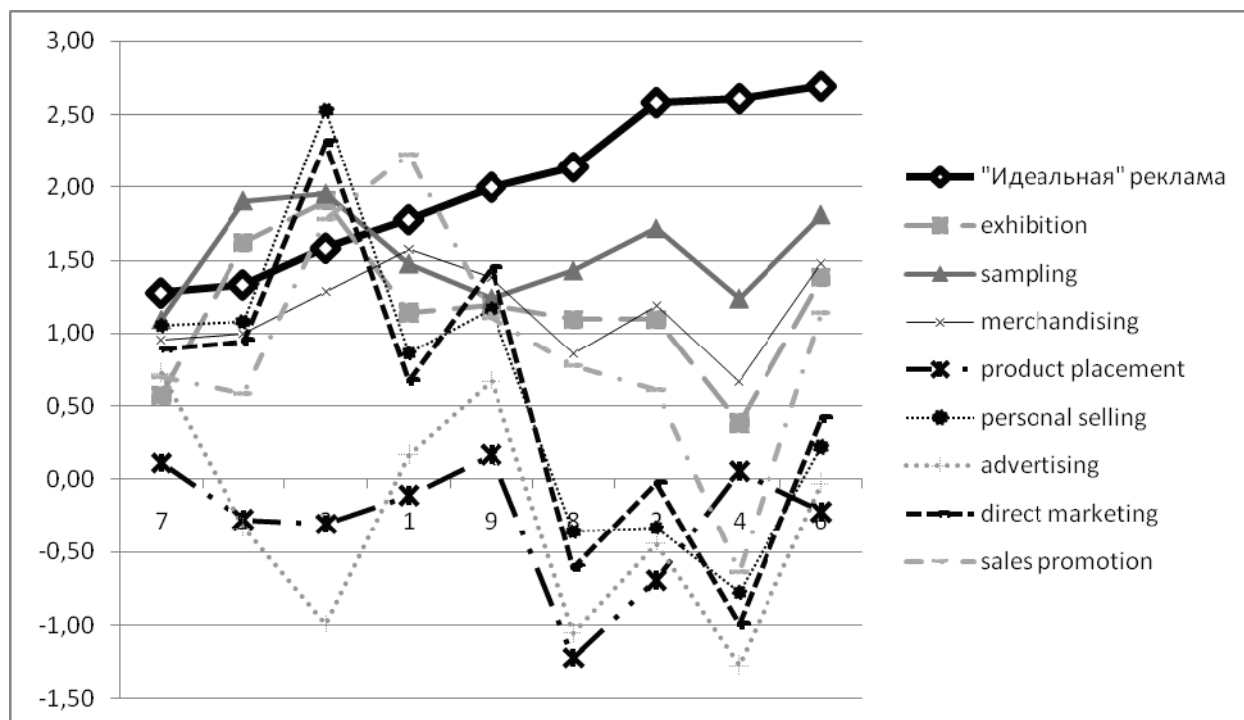
1.	побуждающее	-	расслабляющее
2.	скучное	-	интересное
3.	информативное	-	неинформативное
4.	банальное	-	оригинальное
5.	умное	-	глупое
6.	отталкивающее	-	привлекательное
7.	лживое	-	правдивое
8.	вялое	-	энергичное
9.	дружелюбное	-	враждебное

*Результаты исследования.* После статистической обработки данных были получены следующие результаты, представленные на графике (рис. 1).

На графике даны оценки товара, предлагаемого испытуемым с использованием различных маркетинговых коммуникаций, а также видна близость этих оценок оценкам «идеальной рекламы». Обработка результатов проводилась по методике наименьших квадратов.

При подсчете коэффициента наименьших квадратов было выявлено, что наиболее близкими по значению понятию «идеальная реклама» оказались оценки коммерческого предложения при его тестировании в рамках сэмплинга (Sampling) (см. таблица 2). Оценки по

шкалам «информативное» и «умное» здесь превышают оценки «идеальной рекламы». На втором месте оказались оценки торговых прилавков магазинов, где размещен рекламируемый товар (Merchandising). На третьем, соответственно, – оценки выставочных материалов (Exhibition).



*Рис. 1. График оценок коммерческого предложения, выполненного в рамках различных маркетинговых коммуникаций (ОУ – средние баллы по СД, ОХ – биполярные конструкты СД; номинальная шкала ОХ построена по возрастанию оценок «идеальной рекламы»).*

*Таблица 2.*

**Проранжированные результаты оценок изучаемых маркетинговых коммуникаций по методике семантического дифференциала по результатам обработки результатов методом наименьших квадратов**

Ранги	Маркетинговые коммуникации	Коэффициент наименьших квадратов
1	Sampling	2,25
2	Merchandising	3,08
3	Exhibition	3,42
4	Sales promotion	4,54
5,5	Personal selling	5,9
5,5	Direct marketing	5,9
7	Product placement	6,9
8	Advertising	7,5

При сравнении оценок маркетинговых коммуникаций: Advertising (Ad), Direct Marketing, Product Placement, Personal Selling, Sales Promotion, где наиболее близким к «идеалу» были оценки Sales Promotion, то можно с уверенностью сказать, что все эти маркетинговые коммуникации оцениваются более негативно, чем сэмплинг, мерчендайзинг и выставочные материалы. Как следует из таблицы 2, оценки традиционной рекламы (билборды) в наименьшей степени приближены к оценкам «идеальной рекламы».

Тем не менее, из всех изученных в рамках данного исследования маркетинговых коммуникаций наиболее «побуждающей» является sales promotion, где оценки по этой шкале выше оценок «идеальной рекламы», а наиболее «информативными» являются мероприятия personal selling, direct marketing, sampling и exhibition, где значения по шкале «информативный» также выше оценок «идеальной рекламы». Также можно отметить, что по шкале «умный – глупый» оценки сэмплинга и выставочных материалов выше оценок «идеальной рекламы».

На втором этапе исследования проводился анализ взаимосвязи оценок коммерческого предложения, представленного в различных формах маркетинговых коммуникаций, с их личностными характеристиками.

Результаты исследования представлены в таблицах:

*Таблица 3.*

**Таблица корреляций теста Кеттелла  
и оценок коммерческого предложения, выполненного  
в форме exhibition, методом семантического дифференциала**

шкалы СД	А	Н	О	Q1
4	0,26	0,16	-0,48*	0,30
7	0,66*	0,62*	-0,56*	0,55*
8	0,33	0,17	-0,53*	0,11

\*p<0,01

*Таблица 4.*

**Таблица корреляций теста Кеттелла  
и оценок коммерческого предложения, выполненного в форме  
сэмплинга, методом семантического дифференциала**

шкалы СД	В	Г	Н	Q1	Q4
2	0,51*	-0,35	0,57*	-0,15	0,07
6	0,22	-0,62*	0,68*	-0,47*	0,36
7	-0,19	-0,21	0,23	-0,15	0,51*

\*p<0,01

Таблица 5.

**Таблица корреляций теста Кеттелла  
и оценок коммерческого предложения, выполненного в форме  
мерчендайзинга, методом семантического дифференциала**

шкалы СД	F	G	L	N	Q2	Q4
2	<b>-0,73*</b>	<b>0,47*</b>	0,28	0,39	-0,20	0,28
4	-0,36	0,24	0,17	0,29	<b>-0,53*</b>	0,29
5	-0,32	0,07	0,28	0,43	-0,23	<b>0,56*</b>
6	<b>-0,60*</b>	0,28	0,31	<b>0,57*</b>	0,00	-0,01
8	<b>-0,50*</b>	0,26	0,19	0,10	-0,25	0,24
9	-0,23	0,27	<b>0,55*</b>	0,25	-0,41	0,28

\*p&lt;0,01

Таблица 6.

**Таблица корреляций теста Кеттелла  
и оценок коммерческого предложения, выполненного в форме  
sales promotion, методом семантического дифференциала**

шкалы СД	A	G
5	<b>0,32*</b>	<b>0,39*</b>

\*p&lt;0,05

Таблица 7.

**Таблица корреляций теста Кеттелла  
и оценок коммерческого предложения, выполненного в форме  
personal selling, методом семантического дифференциала**

шкалы СД	A	B	C	F	G	M	N	Q2	Q3	Q4
1	<b>0,34*</b>	<b>-0,40</b>	<b>-0,40*</b>	-0,04	0,20	-0,27	0,04	-0,15	0,07	<b>0,59**</b>
2	0,30	-0,15	-0,21	<b>0,39*</b>	0,25	-0,16	0,19	<b>-0,36*</b>	0,19	<b>0,40*</b>
3	0,06	0,02	0,24	0,25	0,12	0,03	<b>0,33*</b>	-0,16	0,26	-0,17
4	0,18	-0,04	-0,02	0,15	0,23	<b>-0,33*</b>	0,26	-0,21	<b>0,34*</b>	<b>0,35*</b>
6	<b>0,38*</b>	-0,12	-0,25	0,26	0,14	-0,21	0,13	-0,28	0,16	<b>0,41*</b>
7	0,23	0,07	-0,18	0,11	0,06	<b>0,47**</b>	-0,04	-0,20	0,16	0,27
8	0,14	-0,11	-0,14	0,07	<b>0,38*</b>	-0,16	0,23	-0,12	<b>0,34*</b>	0,21
9	0,02	-0,11	-0,22	0,12	<b>0,36*</b>	-0,30	0,06	0,08	0,23	0,12

\*p&lt;0,05; \*\* p&lt;0,01

Таблица 8.

**Таблица корреляций теста Кеттелла  
и оценок коммерческого предложения, выполненного в форме  
direct marketing, методом семантического дифференциала**

шкалы СД	А	В	С	Е	Г	Н	О	Q1	Q4
1	<b>0,33</b>	-0,19	-0,18	0,14	0,16	0,03	0,25	-0,27	0,15
2	0,11	-0,18	-0,16	<b>0,32*</b>	<b>0,33*</b>	<b>0,32*</b>	0,03	-0,16	0,05
4	0,07	-0,04	-0,01	0,21	0,16	0,13	-0,07	<b>-0,37*</b>	0,17
6	0,22	-0,14	<b>-0,42**</b>	0,22	0,16	-0,01	<b>0,48**</b>	-0,13	<b>0,32*</b>
8	0,27	-0,14	-0,11	<b>0,33*</b>	0,24	0,18	0,03	-0,16	0,14
9	-0,04	<b>-0,39*</b>	-0,30	-0,17	0,01	-0,20	0,21	-0,27	0,18

\*p&lt;0,05; \*\* p&lt;0,01

Таблица 9.

**Таблица корреляций теста Кеттелла  
и оценок коммерческого предложения, выполненного в форме  
product placement, методом семантического дифференциала**

шкалы СД	С	Е	Н	М	Н	О	Q1	Q2	Q4
1	-0,16	-0,27	-0,21	-0,01	-0,16	<b>0,34*</b>	-0,11	0,22	-0,11
3	0,21	<b>0,35*</b>	<b>0,43**</b>	0,10	<b>-0,32*</b>	-0,22	<b>0,42**</b>	0,06	0,15
5	-0,27	-0,03	-0,14	<b>-0,38*</b>	0,01	0,17	0,07	0,06	<b>0,36*</b>
6	<b>-0,44**</b>	-0,25	-0,07	-0,21	-0,09	<b>0,43**</b>	0,14	-0,30	<b>0,39*</b>
7	<b>-0,33*</b>	-0,16	-0,08	-0,10	-0,16	<b>0,32*</b>	-0,06	<b>-0,44**</b>	<b>0,54**</b>
9	-0,26	-0,24	-0,15	-0,24	0,23	0,28	-0,05	-0,11	<b>0,43**</b>

\*p&lt;0,05; \*\* p&lt;0,01

Таблица 10.

**Таблица корреляций теста Кеттелла  
и оценок коммерческого предложения, выполненного в форме  
advertising, методом семантического дифференциала**

шкалы СД	Е	Г	Н	Q2	Q3	Q4
4	0,02	0,00	-0,05	0,28	<b>0,36*</b>	<b>-0,33*</b>
5	-0,08	<b>0,38*</b>	-0,06	0,13	0,16	0,00
8	-0,14	0,14	-0,02	<b>0,32*</b>	-0,01	-0,08
9	<b>-0,32*</b>	-0,10	<b>-0,34*</b>	<b>0,38*</b>	0,11	-0,20

\*p&lt;0,05; \*\* p&lt;0,01

*Анализ результатов.* При анализе результатов обнаруживаются статистически значимые связи между оценками выставочных материалов и личностными факторами респондентов, полученными по тесту 16 PF Кеттелла (Мельников В.М., Ямпольский Л.Т., 1985). Так, лица с ярко выраженными общительностью (фактор А), смелостью (фактор Н) и радикализмом (фактор Q1) оценивают выставочные материалы как «правдивые» ( $p < 0,01$ ). Однако испытуемые с высокими показателями тревожности (фактор О) чаще оценивают выставочные материалы как «оригинальные», «правдивые» и «энергичные» ( $p < 0,01$ ).

Как показал анализ результатов, оценка сэмплинга, который оказался наиболее близок оценкам «идеальной рекламы», обнаружены значимые положительные связи с факторами интеллекта (фактор В), прямолинейностью (фактор N), а также высокой эгонапряженностью (фактор Q4). Испытуемые с высокими показателями по фактору интеллекта оценивают сэмплинг как «интересный»; расчетливые, проницательные, эмоционально выдержанные оценивают его как «интересный» и «привлекающий»; люди энергичные, активные с высокой мотивацией оценивают сэмплинг как «правдивый».

Испытуемые с низкими показателями по фактору сдержанности – экспрессивности (фактор F) и консерватизма – радикализма (фактор Q1), т.е. сдержанные консерваторы, оценивают сэмплинг как «привлекающий» ( $p < 0,01$ ). Можно предположить, что у испытуемых с выраженными характеристиками сдержанности и консерватизма больше вызывает доверия и привлекает то, что можно «потрогать своими руками, протестировать» и т.д.

Анализ такой маркетинговой коммуникации, как мерчендайзинг дал большее количество статистически значимых связей между оценками коммерческого предложения и личностными факторами респондентов. Так, испытуемые с ярко выраженной экспрессивностью (фактор F) оценивают мерчендайзинг как «скучный», «отталкивающий» и «вялый». Испытуемые с высоким супер-эго, т.е. высокой нормативностью поведения (фактор G) оценивают его как «интересный», подозрительные люди (фактор L) – как «дружелюбный». Дипломатичные, проницательные, эмоционально выдержанные люди (фактор N) оценивают мерчендайзинг как «привлекательный». Испытуемые, в большей степени зависимые от группы (фактор Q2) оценивают его как «оригинальный». И наконец, испытуемые с высо-

кой эго-напряженностью (фактор Q4), т.е. энергичные, активные, высокомотивированные оценивают его как «умную» маркетинговую коммуникацию.

Как показывает анализ результатов, оценка коммерческого предложения в условиях маркетинговой коммуникации sales promotion, дала лишь две статистически значимые связи. Это характеристики общительности (фактор А) и совестливости (фактора G). Они значимо коррелируют с характеристикой семантического дифференциала «банальный – оригинальный». То есть респонденты с высоким уровнем общительности и совестливости чаще оценивают коммерческое предложение в форме коммуникации sales promotion как «оригинальное». Однако при наиболее высоких оценках данной маркетинговой коммуникации по выборке личностные особенности респондентов проявляются здесь в минимальной степени.

При анализе такой маркетинговой коммуникации, как личные продажи (personal selling) выявляются статистически значимые связи между многими оценками коммерческого предложения и личностными характеристиками испытуемых, полученными по тесту 16 PF Кеттелла (см. таблица 7).

Здесь можно сделать вывод о том, что личные продажи (personal selling) наиболее приемлемы для людей общительных, интеллектуальных, хорошо владеющих собой, но нуждающихся в советах опытных специалистов. Возможно, это связано с некоторой внутренней напряженностью, создающей проблему принятия самостоятельных решений. При этом, такие респонденты чаще относятся к продавцам с доверием. Такие люди всегда предпочтут непосредственное общение опосредствованному, так как критерием удачной покупки для них является позитивное общение с продавцами, а не только личная выгода. Потребители данного типа часто ходят в магазины, чтобы пообщаться с продавцами и узнать что-то новое о товарах.

Оценки таких рекламных коммуникаций как личные продажи (personal selling) и прямой маркетинг (direct marketing) в целом по выборке, почти совпадают при сопоставлении их с «идеальной рекламой» методом наименьших квадратов. Это вполне согласуется с повседневным опытом, так как данные коммуникации по сравнению с остальными, предполагают личный контакт продавца и покупателя.

Характер корреляций шкал семантического дифференциала с различными факторами теста Кеттелла в рамках данных маркетинговых коммуникаций оказывается различным. Например, в ус-



ловиях прямого маркетинга (direct marketing) проявляется статистически значимая связь шкалы «побуждающее – расслабляющее» с общительностью респондентов (фактор А). Характеристика коммерческого предложения «скучное – интересное» положительно коррелирует с беспечностью (фактор F), высокой совестливостью (фактор G) и смелостью (фактор H). Характеристика «банальное – оригинальное» отрицательно коррелирует с гибкостью (фактор Q1); «отталкивающее – привлекающее» отрицательно коррелирует с эмоциональной устойчивостью (фактор С), а также положительно коррелирует с чувством вины (фактор O) и психической напряженностью (фактор Q4).

Любопытными оказались результаты сопоставления оценок коммерческого предложения, в форме product placement. Так, например, оценки по шкале «умная – глупая» отрицательно коррелирует с мечтательностью (фактор M) и положительно – с психической напряженностью (Q4). Характеристика «отталкивающее – привлекательное» положительно коррелирует с эмоциональной устойчивостью, чувством вины и психической напряженностью. В product placement характеристика «лживое – правдивое» отрицательно коррелирует с эмоциональной напряженностью (фактор С) и положительно – с чувством вины, самостоятельностью и психической напряженностью.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что наиболее реалистичные респонденты воспринимают рекламу, скрытую в структуре художественного произведения, как более «глупую». Здесь проявляется также и то, что на восприятие рекламы влияет характер художественного произведения (детективы, любовные романы и пр.). То есть на реалистично мыслящих людей скрытая реклама (product placement) оказывает, судя по результатам исследования, наименьшее влияние.

Таким образом, нами проанализированы некоторые психологические характеристики потенциальных покупателей, которые статистически связаны с оценками различных типов маркетинговых коммуникации. Они могут оказаться полезными для повышения эффективности таких маркетинговых коммуникаций, где важен личный контакт продавца с покупателем.

По сравнению с исследованными нами маркетинговыми коммуникациями традиционная реклама (advertising) в целом в наибольшей степени отличается от оценок «идеальной рекламы». Здесь

были зафиксированы некоторые значимые корреляции. Так оценки коммерческого предложения по шкале семантического дифференциала «банальное – оригинальное» положительно связаны с такими личностными характеристиками, как самоконтроль (фактор Q3) и отрицательно – с характеристикой психической напряженности (фактор Q4).

Таким образом, могут быть сделаны следующие *выводы*:

1. Обнаружены существенные различия между эмоциональными оценками коммерческого предложения, представленного респондентам в форме различных маркетинговых коммуникаций.

2. Наиболее близким понятию «идеальная реклама» оказывается такая маркетинговая коммуникация как сэмплинг (sampling).

3. Наименее близким понятию «идеальная реклама» по оценкам семантического дифференциала оказалось коммерческое предложение, представленное респондентам в форме традиционной рекламы (advertising).

4. Такая маркетинговая коммуникация как sales promotion в силу того, что коммерческое предложение оказывается максимально выгодным с экономической точки зрения, практически сводит к минимуму проявление индивидуальных личностных характеристик респондентов.

5. Личностные факторы влияют на оценку маркетинговых коммуникаций в соответствии с тем, какие именно психологические характеристики являются ведущими в тех или иных маркетинговых коммуникациях.

### ***Литература***

Гордякова О.В., Баженова М.А., Елкина Л.А. Влияние различных способов размещения Product placement в художественной литературе на потребителей // Психологические и психоаналитические исследования 2010. – М.: Институт Психоанализа, 2010.

Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2007.

Лебедев-Любимов А.Н. Психология в маркетинге: COOL-BRAND стратегия. – СПб.: Питер, 2008.

Мельников В.М., Ямпольский Л.Т. Введение в экспериментальную психологию личности. – М.: Просвещение, 1985.

Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума. – М.: Эксмо, 2008.

Якобуччи Д., Черчилль Г. Маркетинговые исследования. – СПб.: Нева, 2004.

Aaker D., Kumar V., Day G. Marketing research. – John Wiley & Sons, Inc., 2001.

Assael H. Marketing. Principles & Strategy. – Dryden Press, 1993.

Davis J.J. Advertising Research Theory and Practice. – Prentice Hall, Inc., 1997.

Gunter B., Furnham A. Consumer profiles: an introduction to psychographics. – International Thomson Business Press, 1992.

Futrell C.M. Sales Management. – Horcourt, Inc., 2001.

Haskins J.B. Successful advertising research methods. – NTC Business Books, 1993.

Jefkins F. Public Relations. – Person Education, 1998.

Le Pla F.J., Parker L.M. Integrated branding. – Kogan Page Ltd., 2002.

Malhotra N.K. Marketing Research. An Applied Orientation. – Prentice Hall, Inc. Upper Saddle River, 2003.

O'Guinn T.C., Allen C.T., Semenik R.J. Advertising and Integrated Brand Promotion. 3e. – Thomson South-Western, 2003.

Rossiter J.R., Percy L. Advertising communications & promotion management. – The McGraw-Hill Companies, Inc., 1997.

Schultz D.E., Barnes B.E. Strategic brand communication campaigns. – NTC Business Books, Illinois USA, 1999.

## **PERSONALITY IN MARKETING COMMUNICATIONS SYSTEM: ECONOMIC PSYCHOLOGY APPROACH**

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

*(Moscow, Russia)*

### **Abstract.**

*This paper analyses individual approach to consumer in current marketing communications system. Advertising is substituted by new methods of goods and services promotion, which consider consumer's personal characteristics and can influence financial decision-making. The analysis of experimental findings indicates connection between personality traits and evaluation of marketing communications. In current research respondents were offered the same goods in different sales conditions. Psychological assessment of different marketing communications and efficacy of their influence on consumers are discussed.*

**Keywords.** *Marketing communications (marcom), psychological mechanisms of marketing communications, branding, positioning, psychological influence, marketing research, psychological experiment, semantic differential, psychological assessment.*

## В РАЗВИТИЕ НАСЛЕДИЯ А.И.КИТОВА

**О.С. Дейнека**

(Санкт-Петербург, Россия)

### **Аннотация**

*В статье говорится о роли А.И. Китова в становлении отечественной экономической психологии. Автор отмечает, что в работах А.И. Китова делается акцент на гуманитарной и гуманистической (а не просто субъективной) стороне экономики. В статье подчеркивается, что многие проблемы, которые подвергаются анализу или просто затрагиваются в работах А.И. Китова, в настоящее время стали острее, в частности, в связи с активными процессами глобализации. Сегодня экономика в значительной степени зависит от психологии людей, например, участвовавшие финансовые паники в условиях кризисов. В статье автор подробно рассматривает психологические эффекты глобализации, выделяет важные компоненты экономико-психологических проблем глобальных процессов. В статье рассматривается проблема необходимости изучения экономического интеллекта, а также важные вопросы развития экономической психологии в нашей стране.*

**Ключевые слова:** *экономическая психология, человеческий фактор, глобализация, информационное пресыщение, иррациональные действия, коррупция, экономический интеллект.*

В своих замечательных работах А.И. Китову удалось обозначить узловые проблемы экономической психологии, которые могут выступать программой ее развития для современного исследователя. Изданная в 1987 году, книга «Экономическая психология» (вместе с другими работами автора) не потеряла актуальности, о чем свидетельствует, например, Интернет статистика обращения к ней. Привлекательной книгу сделало не только ее содержание, но и форма подачи материала: сочетание научного подхода с жизненным опытом автора, простота, доходчивость, иллюстративность изложения своей позиции, наблюдений и выводов.

В книге А.И. Китова, по сути, был заложен *методологический* вектор развития современной экономической психологии. Автор делает акцент на гуманитарной и гуманистической (а не просто субъективной) стороне экономики. Этот акцент закрепляется им в словосочетании «человеческий фактор». Только важно трактовать этот термин «по-Китовски», потому что в настоящее время из-за

злоупотребления этим термином в обобщенном виде (как клише, мейнстримом, модной отговоркой от глубоких исследований, для оправдания неудач и сложностей в экономике) он несколько девальвировал в глазах исследователей, особенно практиков.

А.И. Китов писал, что человеческий фактор «есть человек, рассматриваемый как активная производительная сила и активный субъект отношений собственности, обмена, распределения и потребления, а также построенный на их основе хозяйственный механизм» (Китов, 1987). Его беспокоила недооценка резервов человека, способного на высокопроизводительный и высококачественный труд, которая теперь формулируется как проблема качества человеческого ресурса или человеческого капитала. Не потеряли актуальности и другие проблемы, которые волновали А.И. Китова при написании книги «Экономическая психология». Так, например, затрагивая острейшую для современной экономики проблему инновационных преобразований, автор уделял внимание прежде всего мотивационным компонентам принятия или неприятия инноваций. Противоречивую, обременительную мотивацию неприятия инноваций он связывал с инерционностью психики, страхом потери материального и морального комфорта. Вечная проблема кадрового обеспечения производства тревожит нас и сейчас, например, именно дефицит кадров в космической промышленности называют специалисты одной из причин многочисленных неудач последнего времени. Исключительно актуальной проблемой современности является проблема производства духовных ценностей, которые рассматривались Китовым как фактор повышения эффективности деятельности и производительности труда.

Поскольку материалы книги опираются на основательную философскую базу, то везде просматривается стремление автора найти баланс в сложной картине жизнедеятельности общества. Несмотря на то, что психологический анализ сосредоточен в ней на базовой сфере экономики – производственной, автором предлагается целостный охват «человеческого фактора» в экономике с учетом сфер обмена, распределения и потребления. При этом не упускается из виду взаимосвязь экономической, социальной и духовной сфер общества. Автор предостерегал от увлечения технокентрической позицией в управлении хозяйством и экономикокентрической позицией, связанной с недооценкой человеческого фактора в повышении эффективности производства, но при этом

критиковал и избыточное проявление социоцентрического подхода в производственной психологии.

Многие проблемы, которые подвергаются анализу или просто затрагиваются, в книге А.И. Китова, в настоящее время стали острее, и, в частности, в связи с активными процессами глобализации. Специфика современной экономической психологии состоит в изучении взаимосвязи феноменов и механизмов всех уровней (микро, мезо и макроэкономического) отражения экономической реальности. Психология хозяйствующего субъекта как личности встроена в психологический контекст хозяйствующей организации и в контекст хозяйствования конкретного региона, страны или нации. Глобальные процессы (мета уровень хозяйствования), отражаясь на безопасности личности, общества и государства, влияют на экономическое поведение конкретных людей и групп и в той или иной степени теперь осознаются широкими массами.

В настоящее время на любом уровне анализа экономики абсурдно исходить из постулата о развитии экономики только по собственным объективным законам. Замечание первого министра экономики Федеративной Республики Германии Людвиг Эрхарда о том, что 50% экономики – это психология, давно принято в среде экономистов. Экономика психологизирована, о чем свидетельствуют, например, финансовые паники и другие формы коллективного экономического действия, дестабилизирующие финансово-экономическую ситуацию в регионе (недавнее массовое обналичивание денег в Греции, мотивация наживы топ-менеджеров, спровоцировавшая кризис). Экономика политизирована (политические причины введения и затягивания отмены поправки Джексона-Вэника; предоставление займов государствам и компаниям не только под экономические, но под политические условия). Прогнозировать экономическое развитие, игнорируя мотивацию субъектов хозяйствования, бесперспективно.

*О психологических эффектах глобализации.* Объективные глобальные преобразования порождают новые психологические эффекты и экономико-психологические проблемы. Наряду с позитивными (возможности для новаторства и предпринимательства), имеют место негативные психологические последствия геоэкономики (Дейнека, 2002). Для систематизации основных социально-психологических тенденций глобализации целесообразно обратиться к общенаучному базису, выделяя их пространственные, временные, энергетические и

информационные характеристики, с опорой на труды У. Джемса и Э. Фромма, А. Тоффлера и Ж. Бодрийяра.

*Пространство.* Научно-технический прогресс стимулирует *экспансию* материального мира в социальный и духовный мир микросоциума. Технические предметы создают дискретную и неограниченную протяженность, в которой все больше абстрактности, и которая, в свою очередь, все больше фрустрирует человека, делая его зависимым от умных машин, экономических явлений, социума и прогресса. Покоряя пространство, уплотняя и структурируя его, человек все больше поработается вещами, что осознанно и неосознанно переживается им. Непосредственные прежде отношения между людьми все больше овеществляется, *опосредуются* средствами связи. Тем самым сужается возможность наглядной выработки общих ценностей и обмена личными чувствами и, таким образом, создания основы мотивационной канвы совместной деятельности.

Автономия денежного рынка вызывают характерные деформации в экономическом сознании, в частности, усиление ощущения непредсказуемости, неподконтрольности человеку экономических процессов. В обыденном экономическом сознании нарушается баланс «затраты/результат», притупляется чувство ответственности и экономической безопасности. Ощущения несвободы от чужой воли (невидимой руки рынка, властных решений), слабой возможности влиять на ход событий усиливаются в связи с экспансией ТНК в национальные экономики. В этих условиях повышается значимость внутреннего локуса контроля как для личности, так и для масштабных субъектов хозяйствования.

*Время.* Быстротечная экономика в отличие от стабильной приводит к перманентному *чувству непостоянства*, скорости, суматохи. Переходя в сферу взаимоотношений с людьми, она усиливает *поверхностность*, опосредованность социальных и социально-экономических коммуникаций, а усиление опосредованности общения снижает ответственность его агентов. Второе следствие быстротечной экономики состоит в нарушении временных предпочтений. У субъектов все чаще преобладает ориентация на настоящее, сужение временной перспективы деятельности в силу повышения энтропийности экономических процессов.

*Энергия.* Современное человечество характеризует *фрустрирующая зависимость* от источников энергии (и на уровне личности, и на уровне макроэкономических субъектов хозяйствования).

В глобальной экономике имеет место неравномерность расходования энергетических ресурсов в пользу центра системы мирового хозяйства. Поиск менее ресурсоемких и экологически вредных источников, контроль над их использованием – одна из важнейших социально-экономических целей человечества вместе с формированием бережливости и ответственности членов общества. В интенсифицированной глобальной экономике у субъекта хозяйствования больше возможностей для увеличения прибылей, но и выше *риски*. Поэтому главная ценность и забота мирохозяйственных институтов состоит в сохранении стабильности. Выигрыши некоторых субъектов хозяйствования (ими могут быть даже государственные органы) на нестабильности (например, на подвижности валютных курсов) – временное явление.

*Информация.* Усложнение экономической деятельности усложняет в свою очередь понимание экономических проблем, определение выгод или, напротив, угроз глобализации. Неудовлетворенность потребности в ориентации порождает *иррациональные действия*, паники, завышенные ожидания.

Информационная насыщенность деятельности может спровоцировать *информационное пресыщение* или, напротив, *информационный невроз*. Прогрессирующее разнообразие товаров, услуг и требований к экономическому субъекту делает человека, согласно А. Тоффлеру, жертвой «перестимуляции решений» или сверхвыбора, при котором преимущества разнообразия и индивидуализации перечеркиваются сложностью процесса принятия решения. «Параллельный» сверхвыбору процесс стандартизации в экономике находит свое психологическое продолжение в *стандартизации личности*, которая может доходить до «освобождения» от индивидуальности, семьи, родины. Любая стандартизация обедняет, упрощает культуру, лишает личность своего духовного выбора. Потеря этнической идентификации чревата маятниковым эффектом восстановления этнического своеобразия в конфликтной форме вплоть до экстремизма и террора.

В силу своих терапевтических возможностей мир вещей становится все более привлекательным по сравнению с миром людей. Он обеспечивает редукцию (общение с вещами по сравнению с межличностным и межгрупповым общением безконфликтно) и компенсацию (деньги, вещи повышают самооценку, расширяют зону контроля над ситуацией). Поэтому все более популярной стано-



вится *суррогатность общения* или его виртуализация. В связи с этим сквозь призму пессимистического взгляда на будущее человечества оно представляется как общество тотального одиночества.

Помимо индивидуальных и социально-психологических последствий у глобализационных экономических тенденций есть макросоциальные негативные последствия: растет уровень бедности и нищеты; усугубляются экологические проблемы; увеличивает опасность войн. Одно из важнейших противоречий глобализации – *снижение действенности законов* и, следовательно, законопослушности граждан, порожденное противоречием между границами действия законов страны и снятием многих границ между странами (для торговых сделок, валютных операций). Психологическими опасностями в этих условиях становятся естественность общественных аномалий, политизация преступного насилия, отсутствие влияния на организованное управление со стороны населения. Таким образом, в условиях глобализации возрастает политическая ответственность за состояние экономики, поскольку более острой становится необходимость сохранения национальных интересов и сопряжения их с мирохозяйственными интересами. Макроэкономический уровень анализа в экономической психологии требует от исследователей еще больше, чем нижележащие уровни, беспристрастности, тщательности и ответственности.

*Об отношениях государства и бизнеса.* На фоне глобализации одной из важнейших проблем экономической психологии макроэкономического уровня является отражение в сознании граждан экономической политики страны, психологического отношения к ней. Экономическая политика воплощает мудрость власти, либо получающей доверие граждан, либо пожинаящей революцию. Ключевое понятие современной экономической психологии, изучающей экономическую политику, – это «баланс». Понятие, которое в инженерно-техническом знании не подвергается сомнению, все еще не слишком популярно в современном гуманитарном знании. Это обусловлено преобладанием «экономического детерминизма» в поле современных хозяйственных идеологий, согласно которому, основополагающая цивилизаторская роль отводится экономике. Кризисный период стал благоприятным для осознания необходимости выравнивания балансов в экономической политике. Это касается поиска баланса сфер экономики, баланса в системе «бизнес-государство», баланса стратегии и тактики.

Между государственным регулированием и развитием частного бизнеса важен динамический баланс. В зависимости от ситуации (кризисной или стабильной) целесообразны смещения доминант в сторону государства или в сторону бизнеса в силу разделения функций в системе «бизнес-государство» (бизнес берет на себя функцию риска и прогресса, а государство – функцию стабильности и надежности). Важно иметь и использовать легитимные инструменты для выравнивания баланса вплоть до приватизации или национализации собственности в случаях ее неэффективного использования (земельные угодья, промышленные объекты, памятники архитектуры), а также осуществлять адекватную коммуникацию в системах «бизнес-государство» и «государство-общество».

В качестве примера позитивного влияния эффективной коммуникации власти с населением в период кризиса можно рассматривать результаты нашего исследования образа современной экономической политики у менеджеров в России и Германии (Дейнека, Минина, 2011). Сравнительное исследование показало, что российские менеджеры оценили экономическую политику своей страны по шкале активности статистически достоверно выше (при  $p < 0,01$ ), чем немецкие. Это может быть связано с высокой активностью российских СМИ (с участием первых лиц) в освещении принимаемых властью в период кризиса мер в области социальной политики и использованием приемов социальной терапии. Полученный нами результат согласуется с данными Лейсера с соавторами (Leiser, Bourgeois-Gironde, Venita, 2010), согласно которым, среди факторов, влияющих на протекание кризиса в стране, фактор невмешательства государства в развитие кризиса оказался для Германии несколько выше, чем в России.

Социально-политическая обусловленность экономического развития экономики в настоящее время очевидны. Чем сложнее экономический организм (в зависимости от стадии научно-технического прогресса или цикла развития), тем в большей степени он – продукт политики, от нее зависит и во многом ею определяется. В условиях глобализации возрастает политическая ответственность за состояние экономики, поскольку более острой становится необходимость сохранения национальных интересов и сопряжения их с мирохозяйственными интересами. Макроэкономический уровень анализа в экономической психологии требует от исследователей еще больше, чем

нижележащие уровни, беспристрастности, тщательности и ответственности.

*О коррупции.* В условиях адекватного баланса антагонизм между государством и бизнесом снимается. При сращивании бизнеса и государства нарушается распределение функций в системе, и все общество «болеет» коррупцией. На стр. 179 Китов упоминает взяточничество как хозяйственное преступление, которое пришло в общество как пережиток прошлого. Китов указывает на ограниченность экономического и правового подхода к проблеме коррупции, подчеркивает роль психологических исследований. Очевидно, что в настоящее время такого рода исследований все еще недостаточно.

Острейшая проблема современной России – коррупция – это психологическое и, в частности, *политико-психологическое явление*, особенно в том случае, когда она превышает некоторый допустимый для благополучия общества уровень и становится государственным явлением.

В качестве психологических механизмов коррупционного поведения рассматривают вынужденное конформное поведение, возмещение дефицита социального капитала (Кузьминов, 1999; Нестик, 2002). Если при объяснении коррупции иметь в виду специфику деловой культуры русских, то с опорой на исследования различий деловых культур разных стран и народов ее можно охарактеризовать как «отношенческую» (Шихирев, 1999; Lewis, 1996). А.О. Бороноев и П.И. Смирнов называют отечественную экономику *раздаточной, служебно-домашней экономикой*, поскольку она опирается на общинные коллективистские традиции и в ней сильна архетипическая составляющая восточных традиций (Бороноев, Смирнов, 2000). Коррупция как массовое явление неизменно возникает в переходные фазы общественного развития, зависит от варианта бюрократического капитализма (Симония, 2000), которые можно интерпретировать как патриотический или компрадорский, и требует внимания в статусе стратегической государственной задачи.

В наших эмпирических исследованиях был выполнен анализ психологического отношения к коррупции и к антикоррупционной политике государства представителей различных социальных групп (Дейнека, 2008). Одна из исследовательских задач состояла в поиске ответа на вопрос, какая из этих сторон (бюрократия или бизнес) меньше заражена вирусом коррупции в настоящее время. Результа-

ты исследования показали как общие черты отношения к коррупции в сравниваемых группах, так и статистически достоверные различия между ними. В обыденном сознании испытуемых в обеих группах основными причинами жизнеспособности коррупции явились низкая зарплата чиновников и слишком большие полномочия (так называемая дискреционная власть), которыми они наделены. Помимо этого рост коррупции обуславливают такие системные предпосылки как признание частной собственности и отсутствие заинтересованности государственных структур и правительства в профилактике и пресечении коррупции. В качестве одного из самых серьезных видов и факторов коррупции испытуемыми признается коррупция в правоохранительных органах, которая лишает граждан чувства безопасности.

И предприниматели, и госчиновники не могут представить себе российский бизнес без коррупции, но далеко не все из них считают использование взяток нормой современного бизнеса. Тем не менее, предприниматели в большей степени принимают эту негативную норму и допускают подарки в сфере обслуживания за дополнительные усилия. Один из психологических механизмов лежит в особенностях их денежного поведения. Как было показано нами ранее, предприниматели чаще, чем представители других социальных групп, используют деньги как власть, поощряя и наказывая ими (Дейнека, 1999). Что касается знания существующего законодательства о коррупции, то получена тесная корреляционная связь, свидетельствующая о том, что среди предпринимателей, считающих использование взяток нормой современного бизнеса, больше тех, которые обладают знанием связанных с коррупцией статей УК РФ. Этот факт косвенно подтверждает несовершенство и слабую действенность указанных законов, что проявляется в парадоксальном явлении, когда знание законов «освобождает» предпринимателей от ответственности. Кроме того, те испытуемые, которые приспособились к существующей системе регуляции социальных отношений и воспринимают взятки как социальную норму, в меньшей степени ратуют за публичное осуждение коррупции в СМИ. Таким образом, знание законов о коррупции оказалось совместимо с признанием ее нормой социального поведения.

Исследование также показало низкую степень доверия российскому государству как институту, способному соблюдать предлагаемые им правила игры. Экономический оптимизм испытуемых

оказался связан с верой в позитивные последствия взаимодействия с международными организациями по борьбе с коррупцией.

Для падения уровня коррупции требуется *усиление контроля со стороны государства* и/или усиление контроля со стороны *гражданского общества*. Обеспечение госконтроля за состоянием коррупции требует учета факторов и их комбинации. Четкость экономических законов, стандартов, тарифов; прозрачность, а не только публичность в экономической политике, особенно финансовых потоков; неизбежные санкции, особенно в болевых точках экономики; равенство правил и санкций для всех можно рассматривать как базовые принципы превентивной политики снижения коррупции. В странах с развитым гражданским обществом и политической демократией коррупция удерживается в контролируемых рамках, ей не позволяют принимать чрезмерно разрушительный характер. Борьба с коррупцией в России является стратегической государственной задачей, решение которой направлено на обеспечение безопасности личности, общества и государства.

*Об экономическом интеллекте.* К современной экономической психологии предъявляются новые требования, усиливается потребность в междисциплинарных исследованиях и сближении языков представителей разных дисциплин. В настоящее время говорят об экономическом интеллекте, которого часто не хватает людям, принимающим решения в управлении хозяйством.

Возможны разные трактовки понятий «экономическое мышление», «экономический интеллект». Как правило, речь идет о рациональности и способности просчитывать исходы экономических решений. В структуре современного экономического мышления белорусские экономисты выделяют четыре уровня, причем высший четвертый уровень – это уровень прогнозирования и планирования развития экономической системы.

Термин «экономический интеллект» имеет право на существование и в другом контексте и значении, когда речь идет о типологии стилей хозяйствования (Дейнека, Николаев, 2009), например, о различии «экономического» человека и «социологического» человека в типологии Мюллера-Армака, а также о сравнении способов мышления экономистов и не экономистов (наши эмпирические исследования показали такие различия).

При этом экономическое мышление тесно переплетается с хозяйственной идеологией, разделяемой субъектом и его этическими

принципами. Например, даже иррациональность поведения людей, обостряющуюся в условиях неопределенности, прагматичный тип может использовать в своих интересах как фактор прибыли, а гуманистический тип как причину для разработки мер по защите личности.

За такими качествами субъекта хозяйствования как бережливость или ее отсутствие может быть идеологически различное отношение к продукту труда. Китов подчеркивает, что вещь выступает в известном смысле как своеобразный субъект отношений, заданный в снятом виде как сгусток труда другого человека, как потребительная стоимость (Китов, 1987). У многих представителей старшего поколения одной из причин бережливости (помимо мотива безопасности) является именно такое представление о вещи как результате труда человека (поэтому ее необходимо беречь, «грех выбрасывать», особенно, если речь идет о таком продукте как хлеб). И, напротив, на фоне идеологии общества потребления любая вещь, продукт, если он куплен субъектом, то может использоваться им, как угодно (хоть мусорный бак обкладывайте хлебом в качестве инсталляции..?!).

В понимании А.И. Китова, за термином «экономическое мышление» стоит не просто рациональный, но и хозяйский, мудрый и, к тому же, гражданский подход к экономике, который формируется в процессе экономического воспитания и экономического образования.

*О развитии экономической психологии в нашей стране.* Российская экономическая психология в целом оформилась в самостоятельную и перспективную дисциплину, но все еще остается актуальной проблема ее формального самоопределения (например, отсутствуют специальность и, соответственно, специализированные советы по защите кандидатских и докторских диссертаций по экономико-психологической проблематике).

Трудности в определении и обосновании статуса экономической психологии в системе психологического знания объяснимы. Во-первых, в условиях рыночной системы хозяйствования, при которой материальная сфера жизни общества проникла в другие сферы жизнедеятельности, тематика экономической психологии стала привлекательной и для других отраслей психологического знания и часто перетекает в смежные дисциплины. Во-вторых, сказывается некоторая инерционность в развитии структуры науки и системы образова-

ния на фоне продолжающихся процессов дифференциации и интеграции гуманитарного знания. Все это может породить иллюзию искусственности новой дисциплины, а это заблуждение, в свою очередь, сдерживает развитие одной из самых актуальных дисциплин. Надо отметить, что в зарубежной психологии экономико-психологическая проблематика также находит отражение не только в специализированных изданиях, но и в научных журналах по социальной психологии, психологии личности, психологии поведения и др. Однако это не мешает экономической психологии удерживать свои прочные позиции под крышей психологических факультетов и экономических образовательных центров, а также в научно-профессиональных ассоциациях (IAREP и 9-е направление IAAP).

Экономическая психология должна обрести в среде российских психологов свою *идентичность*. Если отношения экономической психологии с экономикой, плодотворно развиваются и совершенствуются, то отношения формального разграничения со всеми смежными психологическими дисциплинами несут на себе отпечаток творческой конкуренции. Нельзя назвать простыми отношения экономической психологии со второй родительской наукой – социальной психологией, они, как показал А.Л. Журавлев, совсем неоднозначны (Журавлев, 2004). Не менее остро стоит вопрос о взаимоотношениях с такими перспективными дисциплинами, как организационная психология и психология менеджмента. В последнее время в этих отношениях наметились позитивные тенденции.

Для того чтобы признанная во всем мире дисциплина приобрела все формальные атрибуты специализированного направления в России, она нуждается в своем *статусном паспорте* или *мандате*, таком, например, как у промышленно-организационной психологии (Muchinsky, 1997). Переход наших вузов на двухуровневые образовательные стандарты пока сдерживает получение квалификации экономического психолога, но в будущем, полагаю, опять возможно будет рассчитывать на получение степени магистра по экономической психологии.

Я уже писала, что вижу главное предназначение и очевидную перспективу российской экономической психологии в разработке и развитии теории и методологии для более конкретных, частных дисциплин экономико-психологического цикла (психология бизнеса, психология торговли, промышленная психология и др.). У нее есть для этого необходимые предпосылки.

В зарубежной науке внимание к теоретико-методологической области ответственности экономической психологии идет от французской традиции, представленной именами П.-Л. Рейно и П. Альбо. Именно Альбо подчеркивал необходимость в разработке обобщающей теории экономической психологии, которая станет, по его мнению, основой для выработки специфических моделей, позволяющих «наполнить смыслом изучение экономико-психологической реальности» (Albou, 1984). В рамках французской традиции удалось привнести в анализ экономической реальности уровневый подход, рассматривающий в качестве субъектов хозяйствования личность и семью, организацию, а также государство и нацию (Reynaud, 1981), охватить разные стороны проявления активности субъекта хозяйствования и обосновать целесообразность включения в область экономической психологии организационной и промышленной психологии. Элементы общей методологии экономической психологии были представлены в трудах В.Ф. ван Райяна, Г.М. ван Вельдховена, К.Э. Варнерида, А. Льюиса, П. Уэбли, А. Фенэма, С. Ли, Г. Антонайдеса и других зарубежных ученых.

В качестве предпосылок развития российской экономической психологии можно говорить о высоком потенциале ее теоретических изысканий, поскольку у нее есть возможность опираться на богатое методологическое наследие отечественной психологии XX века. И, конечно, за период с издания книги А.И. Китова нашими учеными накоплен уже богатый материал и опыт теоретических и эмпирических исследований по экономической психологии.

Основные перспективы развития отечественной экономической психологии сформулированы нами в концентрированном виде следующим образом (Дейнека, 2005):

- обретение своей идентичности как специализированного направления в психологии;
- разработка теории и методологии для всего цикла экономико-психологических дисциплин (психологии бизнеса, менеджмента, торговли, промышленной и организационной психологии);
- снятие разобщенности мезо- и макроэкономического уровней анализа психолого-экономической реальности;
- попытки в рамках системного подхода отойти от фрагментарности в сторону целостной теории, интегрируя вертикальные (многоуровневость) и горизонтальные (полидисциплинарность) связи;



– научно-практическая помощь субъектам хозяйствования в принятии экономико-политических решений, в поиске балансов их интересов, координации деятельности и сотрудничестве;

– стимулирование развития передовой рыночной экономики, призванной создавать и ценить духовные блага.

Более интенсивному развитию экономической психологии в нашей стране могут способствовать дальнейшие шаги по ее институализации и новые образовательные программы повышения квалификации за счет междисциплинарного синтеза.

### **Литература**

Бороноев А.О., Смирнов П.И. Российский менталитет и реформы // Общество и политика: Современные исследования, поиск концепций / Под ред. В.Ю.Большакова. СПб, 2000.

Дейнека О.С. Экономико-психологическое поле осознания глобализационных процессов в российской действительности // Россия: планетарные процессы / Под ред. В.Ю. Большакова, СПб: СПбГУ, 2002, с.265 – 302.

Дейнека О.С. Противоречия и перспективы ресурсного подхода в экономической психологии // Проблемы экономической психологии / Под ред. А.Л. Журавлева, А.Б. Купрейченко, М.: ИП РАН, 2005, Т.2, С. 66 – 97.

Дейнека О.С. Снижение коррупции в современной России как политико-психологическая проблема // Вестник политической психологии. 2008, № 1, с.31 – 40.

Дейнека О.С., Минина З.П. Образ современной экономической политики у менеджеров в России и Германии // Материалы международной научно-практической конференции «Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее» / Под ред. В.А. Динеса, А.Н. Неверова, В.А. Русановского. Саратов: СГСЭУ, 2011. с. 291– 296.

Дейнека О.С., Николаев А.Е. Экономико-психологические типологии в практике организационного и политического управления // Вестник Санкт-Петербургского госуниверситета, 2009, серия 12, вып.4, с.170–176.

Журавлев А.Л. Экономическая психология в контексте современной психологической науки // Проблемы экономической психологии / Под ред. А.Л. Журавлева, А.Б. Купрейченко. М.: ИП РАН, 2004. Т.1.

Китов А.И. Экономическая психология. М., 1987.

Кузьминов Я.И. Тезисы о коррупции. ГУ-ВШЭ. М. 1999. С. 8–12.

Нестик Т.А. Коррупция и культура // Экономическая теория преступлений и наказаний. 2002. Вып. №4/2.

Симония Н.А. О коррупции и государстве // Личность и мир. М., РАЕН, 2000. Вып. №7.

Шихирев П. Н. Этические принципы ведения дел в России. М., 1999.

Albou P. La Psychologie Economique. Paris. 1984.

Antonides G. Psychology in Economics and Business. Dordrecht, Boston, London, 1991.

Handbook of Economic Psychology /Ed. by W.Fred van Raaij, G.M. van Veldhoven, K.-E. Warneryd. Dordrecht; Boston; London, 1988.

Hayward J. The State and Market Economy: Industrial patriotism and Economic Intervention in France. Brighton. 1986.

Maital Sh. Mind, market and money: psychological foundation of economic behavior. New York, 1982.

Muchinsky P.M. Psychology Applied to Work. N.-Y. 1997.

Lea S.E.G., Tarpy R.M., Webley P. The individual in the economy. Cambridge, 1987.

Leiser D., Bourgeois-Gironde S., Benita R. Human foibles or systemic failure – Lay perceptions of the 2008–2009 financial crisis // Journal of Socio-Economics, 2010. V. 39(2): p. 132–141.

Lewis A., Webley P., Furnham A. The new economic mind: the social psychology of economic behavior. New York, 1995.

Lewis R.D. When Cultures Collide Managing successfully across cultures. London: Nicholas Brealey P., 1996.

Reynaud P.L. Economic Psychology. New York, 1981.

## DEVELOPMENT OF A.I. KITOV'S HERITAGE

**O.S. Deyneka**

(St.-Petersburg, Russia)

### **Abstract.**

*The role of A.I. Kitov in economic psychology beginning and development is described. The author reports that Kitov emphasized humanist and humanistic approach to economics. Problems analysed in Kitov's works became sharper because of globalization. Current economy is largely influenced by psychology of people and connection between financial panics and crises reflecting it. Particular attention is given to psychological effects of globalization and components of economic and psychological problems of global processes are distinguished. The article argues importance of economic intelligence studying and economic psychology development in Russia.*

**Keywords.** *Economic psychology, human agency, globalization, information surfeit, irrational actions, corruption, economic intelligence.*

# ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ПАРАДИГМАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКИ <sup>1</sup>

**А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье рассматривается проблема парадигмальных изменений в исследовании человека, дается описание наиболее значимых тенденций в современной психологической науке, анализ их проявлений в исследованиях в области экономической психологии. Отмечается рост внимания в современных исследованиях к ценностно-смысловым и духовно-нравственным компонентам личности и группы, возрастание значимости самодетерминации социального и экономического поведения.*

**Ключевые слова:** *парадигмальные изменения, тенденции науки, самоопределение, нравственные и духовные детерминанты, психосоциальная проблема, межгрупповые и межличностные отношения, динамика психических явлений, многоплановость бытия.*

*Постановка проблемы.* Экономическая психология – динамичная, бурно развивающаяся на протяжении последних десятилетий прикладная отрасль психологии. Современные исследования в области экономической психологии отражают специфику экономической и социальной жизни общества нашего времени. Представляется вполне закономерным, что они также должны вписываться в *основные тенденции* современной психологической науки в целом.

В настоящее время довольно динамично развиваются методологические и теоретические основания исследований в области психологии (Василюк, 2003; Кольцова, 2007; Корнилова, 2006; Корнилова, Смирнов, 2006; Семенов, 2007; Юревич, 2005, 2010 и др.). Как следует из анализа этих работ, современное развитие психологической науки в том числе и в интересующей нас области исследований, характеризуется большой совокупностью заметных и выделяемых тенденций, однако, далеко не все они в настоящее время составляют категорию парадигмальных изменений. Чтобы быть отнесенными к данной категории, тенденции должны обладать не-

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ (грант № 11-06-00285а).

которым рядом характеристик, или признаков, среди которых можно отметить следующие:

– такие тенденции должны иметь определенные *исторические предпосылки*, например, в форме заметных накапливавшихся противоречий развития психологических исследований, т.е. парадигмальные изменения определяются объективными условиями развития науки, и в них должна быть исторически обусловленная потребность;

– тенденции, претендующие на статус парадигмальных, должны характеризоваться такими изменениями, которые постепенно накапливаются и затрагивают значимые методологические и теоретические представления, имеющие *системный характер* в современной психологии;

– тенденции (изменения) должны иметь относительно *устойчивый характер*, постепенно становиться закономерными и даже – закономерностями развития психологических исследований;

– изменения разной направленности должны характеризоваться *взаимосвязанностью*, относительной согласованностью, т.е. парадигмальные изменения – это проявление интеграции взаимообусловленных направлений развития научных представлений в психологии;

– в условиях постепенно нарастающей интенсивности изменений такие тенденции должны касаться не столько поверхностных, сколько *глубинных слоев (или уровней)* иерархически организованных научных представлений о исследовании личности и группы, а также о современных возможностях их психологических исследований и др.

Выделение совокупности признаков, позволяющих те или иные тенденции развития психологических исследований личности и группы относить к категории парадигмальных изменений, безусловно, является специальной теоретической задачей, решение которой только начинается. Поэтому предложенный ряд признаков остается пока предварительным. Однако на его основе можно выделить некоторую совокупность объективно обусловленных изменений в современной психологической науке, имеющих системный и устойчивый характер. *Целью* представляемой работы является краткое описание этих наиболее значимых тенденций, а также анализ их проявлений в современных исследованиях в области экономической психологии.

*Влияние парадигмальных изменений психологической науки на экономическую психологию.* В ряду парадигмальных изменений современной психологической науки, которые довольно ярко проявляются в современных экономико-психологических исследованиях можно выделить следующие:

1. *Акцент в исследованиях на самодетерминации и миропреобразовательной активности субъекта.* В ряду современных научных разработок отражающих данную тенденцию развития психологической науки особо необходимо отметить *теории самоопределения*, основы которых заложены в работах Ж.П. Сартра, С.Л. Рубинштейна, К.А. Абульхановой и *самодетерминации субъекта* – в работах Р.М. Райана, Э.Л. Деси и др. Под *самоопределением* нами понимается поиск субъектом своего способа жизнедеятельности в мире на основе воспринимаемых, принимаемых или формируемых (создаваемых) им во временной перспективе базовых отношений к миру, человеческому сообществу и самому себе, а также собственной системы жизненных смыслов и принципов, ценностей и идеалов, возможностей и ожиданий (Журавлев, Купрейченко, 2007). В концепции Р. Райана и Э. Деси самодетерминацией называется способность выбирать и иметь выбор. Данное понятие дает возможность учитывать как собственный внутренний выбор человека, так и объективно существующие внешние ограничения для свободы выбора. Самодетерминация включает в себя управление своей средой или своими действиями, направленными на результат, но также может включать в себя и отказ от контроля (Ryan, Deci, 2000). Э. Деси считает, что самодетерминация является не только способностью, но и потребностью человека (Deci, 1980).

Конкретные социально-психологические исследования последних лет позволили выявить особые *типы взаимодействия* личности и группы с интенсивно изменяющейся социальной средой, которые подтверждают значимую роль самодетерминации и самоопределения субъекта в регуляции его социальной активности. В качестве примеров можно привести сознательный отказ личности от адаптации к новым экономическим условиям, а также стремление изменить окружающую среду в соответствии со своими социальными представлениями, жизненными принципами и ценностями. Такой тип взаимодействия возникает в результате «миропреобразовательной», «миросозидательной», или «миротворческой» активности субъекта. Кроме того, у представителей некоторых социальных групп, напри-

мер «аутадаптантов», выявлено отсутствие потребности в адаптации, поскольку происходящие в обществе изменения не затрагивают ни основную сферу их жизнедеятельности, ни основные их жизненные смыслы, ценности, идеалы и т.п. Нередко отмечается также временный и противоречивый характер адаптации, например «вынужденное предпринимательство» и многие другие феномены.

В русле этой тенденции психологической науки следует отметить рост отечественных исследований экономического самоопределения различных социальных групп, самоопределения в бизнесе, идентификации предпринимателей, жизненных стратегий в изменяющихся социальных условиях, в частности в периоды финансовых кризисов или в ситуации потери работы и т.д. (Журавлев, Купрейченко, Горбачева, 2011; Купрейченко, 2011; Филинкова, 2005; Hartner, 2010; Wenzel, 2007 и др.). Во всех этих исследованиях делается акцент на самодетерминации участников экономического взаимодействия, на их осознанном выборе того или иного типа экономического поведения, а также позиции в системе экономических отношений.

*2. Акцент на духовных и нравственных, а также другие позитивных явления (процессах, состояниях и свойствах) как основаниях жизнедеятельности.* В этой связи особо актуальными являются исследования нравственных ценностей и других духовных детерминант экономического поведения разных субъектов. Исследования, выполненные в лабораториях психологии личности, социальной и экономической психологии ИП РАН, а также в других научных центрах позволяют считать нравственные характеристики основополагающими факторами социального поведения человека (Воловикова, 2004; Журавлев, Купрейченко, 2003; Купрейченко, 2011; Попов, Голубева, Устин, 2008; Психологические исследования духовно-нравственных проблем, 2011; Психология нравственности, 2010; Попов, 2007; Проблемы нравственной и этической психологии в современной России, 2011 и др.).

Подобные тенденции обусловили и бурное развитие в последнее десятилетие такой отрасли как позитивная психология, основоположниками которой выступили М. Селигман и М. Чиксентмихайи. Центром изучения позитивной психологии и объектом наиболее многочисленных исследований выступают положительные эмоции, чувства и сложнейшие состояния счастья, удовлетворенности, потока, оптимизма, надежды и др. (Леонтьев).

В современных экономико-психологических исследованиях, как в России, так и за рубежом, имеет место высокий интерес к анализу духовных, нравственных и других позитивных явлений и процессов у субъектов экономической активности, в частности – благополучию и удовлетворенности, доверию и этике (Купрейченко, 2008, 2011; Лебедев, Гордякова, 2011; Позняков, 2000, 2009; Хащенко, 2012; Хащенко, Баранова, 2004; Фоломеева, 2005 и др.). Множество работ посвящено доказательству тесной взаимосвязи этих позитивных явлений с эффективностью экономической деятельности.

3. *Разработка психосоциальной проблемы.* К важнейшим изменениям общественной, главным образом социально-экономической, жизни России за последние примерно два десятилетия следует отнести смену общественной формации, состоявшую за сравнительно небольшой исторический период времени и включавшую, естественно, радикальное изменение системы социально-экономических отношений. Этот период ознаменовался появлением различных, в т.ч. комбинированных (смешанных) форм собственности, снижением роли государственного регулирования экономики, резким изменением ее структуры, формированием новых социально-экономических групп, отменой обязательной занятости, снижением социальных гарантий для многих категорий работников, появлением безработицы, заметным недоиспользованием трудового потенциала и др. (Демин, 2004; Заславская, 2002; Позняков, 2000; Хащенко, 2012 и др.).

В качестве наиболее общей тенденции можно также отметить, что российское общество постепенно утрачивает свою яркую специфику и обретает черты западных обществ, описанные в свое время Э. Фроммом. Отправной точкой его рассуждений служит утверждение о *взаимозависимости* между структурой социального характера, обязательно включающего социальную психологию, т.н. «среднего» индивида и социоэкономической структурой общества. Общество, принципами которого являются нажива, прибыль и владение собственностью, порождает социальный характер, ориентированный на *обладание* (Фромм, 2008, с.168). Не случайно, предметом многих исследований выступает поиск этно-культурных и социальных основ экономического поведения. Такие исследования крайне актуальны не только для России с ее полиментальной природой, но также и для всего современного мира, в котором одновременно развиваются процессы глобализации и антиглобализа-

ции и где постоянное столкновение различных культур вызывает самые разнообразные как позитивные так и негативные явления.

Таким образом, радикальные изменения в общественной жизни в настоящее время определяют особую остроту психосоциальной проблемы, которая тесно связана, в т.ч. с более частной и конкретной проблемой взаимодействия субъекта и его непосредственного социального окружения.

4. *Анализ взаимодействия индивидуального и группового субъекта и социального окружения.* В качестве актуальной тенденции, приводящей к парадигмальным изменениям в современных исследованиях, можно выделить необходимость анализа жизнедеятельности, бытия человека как системы феноменов, включающей важные события не только его частной жизни, но и жизни значимых для него людей, социальных групп, в том числе больших. Именно социальные потребности и интересы, качество и образ жизни и т.п. отдельных людей и их сообществ, окружающих субъекта, могут в высокой степени определять его жизненные цели, ценности и идеалы, ожидания и опасения, намерения и стремления, степень удовлетворенности жизнью и т.д. Следовательно, понять психологию современного человека можно лишь при условии специального изучения постоянно расширяющихся социальных границ его взаимодействия с окружающим миром.

Многие наиболее значимые теоретические направления социальной психологии в той или иной степени затрагивают проблему роли, которую играют в жизни личности значимое социальное окружение, а также проблему формирования этого окружения. Близкими по проблематике к ним являются современные исследования *социального капитала*, основы изучения которого заложены Д. Колмэном, Р. Патнэмом и др. В настоящее время они активно привлекают внимание и отечественных исследователей (Нестик, 2009а, 2009б; Татарко, Лебедева 2009; Татарко, 2010; Шихирев, 2003; Штейнберг, 1999). В ряде исследований показано, что общества, характеризующиеся высоким социальным капиталом, являются более прогрессивными в экономическом плане, в таких обществах более благоприятный климат для развития малого бизнеса, высокий субъективный уровень счастья и удовлетворенности жизнью у населения (Helliwell, Putnam, 1995; Svendsen, 2010).

В контексте исследования влияния *значимого окружения* на жизнедеятельность субъекта важными феноменами выступают так-



же лидерство, референтность, авторитетность, уважение. Исследования этих феноменов особо важны, наряду с целым рядом других: доверием и недоверием (Купрейченко, 2008), социальной и психологической дистанцией и близостью и т.д. (И. Богардус, Г. Зиммель, А. Моль, П. Сорокин, Р. Парк, Б.Ф. Поршнев, Э. Эриксон и др.).

Исследования *ролевых и организационных конфликтов* также отвечают требованиям учета влияния социального окружения на жизнедеятельность субъекта. В целом, важной особенностью, которую отмечают многие исследователи, является то, что между личностью и окружающими людьми зачастую одновременно *имеют место и межгрупповые (социально-ролевые) и межличностные (психологические) отношения*. Такая двойственность нередко приводит к межличностным и внутриличностным конфликтам, возникающим не только между социальными группами или внутри их, в частности, в организации, в семье и т.д.

В качестве характерного для нашего времени примера столкновения, как интересов различных групп, так и межличностных отношений, можно привести *отношение к мигрантам и особенно – иммигрантам*. Экономическое поведение представителей этих групп радикально отличается от поведения коренного населения и в последние годы оказывает большое влияние на экономику и политику многих развитых стран. Именно поэтому интерес экономических психологов к этой проблеме является оправданным, а результаты подобных исследований – высоко востребованными.

5. *Учет динамичности психологических явлений, временной перспективы в жизни субъекта*. Все более насущно необходимым оценивается имеющий давние традиции в хорошо известных теоретических работах Б.Г. Ананьева, С.Л. Рубинштейна, К.А. Абульхановой, Л.И. Анцыферовой и других специалистов подход к исследованию *жизнедеятельности человека во временной перспективе*, т.е. в единстве прошлого, настоящего и будущего. Данный подход предполагает учет *целостности жизненного пути субъекта*, т.е. относительной устойчивости, преемственности и закономерной изменчивости его жизненных принципов и смыслов, ценностей и идеалов, норм и т.д. на различных стадиях жизни. Эта тенденция делает особо актуальными исследования *динамики* разных психологических феноменов индивидуального и группового субъекта (личности, социальных, в частности, социально-экономических, групп, организаций и т.д.), особенно

на протяжении длительного времени и на различных этапах их функционирования и развития.

Для России, где динамические процессы последних десятилетий породили множество чрезвычайно интересных и сложных феноменов такие исследования крайне актуальны. Их результаты, нередко демонстрируют парадоксальность и противоречивость экономического сознания различных социальных групп (Гринин, 2009; Демин, 2004; Динамика социально-психологических явлений..., 1996; Журавлева, 2004; Зотова Е.И., Купрейченко, 2011; Экономическое поведение в переходной экономике России ..., 2011; Юревич, 2011 и др.). Следует отметить, что недавние глобальные и локальные финансовые кризисы обуславливают значимость результатов этих исследований для мировой науки в целом.

6. *Учет многоплановости и многогранности бытия.* Человек должен рассматриваться во всей сложности и многообразии его отношений с миром, а это предполагает *изучение взаимодействия* разных сфер жизнедеятельности, в которых он выполняет различные роли, функции и имеет соответствующие им ценности и цели, ожидания и опасения и т.д. Многоплановость и многогранность бытия определяют противоречивость и амбивалентность многих психологических процессов и состояний, отношений и чувств человека. Интерес к жизнедеятельности личности и группы в условиях подобной «внутренней» нестабильности особенно усиливается в переходные, динамичные периоды жизни общества.

Многоплановость и многогранность бытия обуславливает появление в научном дискурсе таких специфических феноменов как многомирие. *Множественность* миров уже давно привлекает внимание исследователей. Для их изучения предлагаются и специальные термины, например, «эвереттика», под которой понимается область духовной деятельности, направленной на осознание и описание *многомирия* как фундаментальной характеристики бытия (Лебедев, 2006). В ряде случаев возможно появление в психологии субъекта таких специфических феноменов, как «параллельные миры», «множественная реальность», «двойная жизнь» и т.д. Чрезвычайно интересные данные о специфических феноменах множественной реальности и ирреальности социально-психологического пространства накоплены в области клинической психологии.

В экономической психологии анализ многоплановости и многогранности бытия проводится в исследованиях конфликта между

сферой экономической, деловой активности человека и другими сферами его жизнедеятельности. С их ряду исследования так называемого «work-family» конфликта, трудоголизма и профессионального выгорания.

*7. Возрастающая сложность и интегративность изучаемых феноменов.* Возрастает число исследований (что особенно важно – конкретных эмпирических), посвященных *сложным, целостным, интегративным психологическим феноменам*. К их числу относятся, например, культура и менталитет, психологическое пространство и время, экономическое, нравственное и т.д. сознание и самосознание также как и отдельные их составляющие – самоопределение, субъективное благополучие и т.д. Их анализ позволит выявить общие и частные закономерности формирования, функционирования и развития различных социально- и экономико-психологических феноменов (Журавлев, Купрейченко, 2012).

*Заключение.* Подводя итог сказанному, отметим, что перечисленным, уже проявившимся, а также некоторым недостаточно выраженным современным тенденциям в исследовании человека сегодня в полной мере отвечает большинство современных работ. Не случайно в концептуальных моделях и программах эмпирических исследований многих авторов можно отметить рост внимания к ценностно-смысловым и духовно-нравственным компонентам личности и группы, усиление роли их субъектных свойств (самостоятельности, активности, ответственности, произвольной регуляции и саморегуляции, рефлексивности и т.д.), а также возрастание значимости самодетерминации социального и экономического поведения по сравнению со значимостью влияний среды и др.

### ***Литература***

Василюк Ф.Е. Методологический анализ в психологии. М.: МГППУ; Смысл, 2003. 240 с.

Воловикова М.И. Представления русских о нравственном идеале. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.

Гринин Л.Е. Психология экономических кризисов // Историческая психология и социология истории. 2009. №2. С.75–99.

Демин А.Н. Личность в кризисе занятости: стратегии и механизмы преодоления кризиса. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2004. 315 с.

Динамика социально-психологических явлений в изменяющемся обществе / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М., 1996.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003. 436с.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Социально-психологическое пространство личности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. 496 с.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. 480 с.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б., Горбачева Е.И. Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения предпринимателей и менеджеров // Психологические исследования духовно-нравственных проблем / Отв. Ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. С.183–208.

Журавлева Н.А. Динамика ориентаций личности на экономические ценности в условиях социально-экономических изменений // Проблемы экономической психологии. Том 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С.379–411.

Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества: деятельностно-структурная концепция. М., 2002.

Зотова Е.И., Купрейченко А.Б. Стратегии экономического поведения личности с различным типом отношения к неблагоприятным экономическим условиям // Ученые записки «ИМЭИ». №2 (2) 2011. С.60–70.

Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Психология доверия рекламе в структуре маркетинговых коммуникаций // Ученые записки «ИМЭИ». №1. 2012. С.98–105.

Леонтьев Д.А. Психология – наука о нарушениях? // [http://pp.smysl.ru/history/leontiev\\_article.htm#more](http://pp.smysl.ru/history/leontiev_article.htm#more)

Кольцова В.А. Актуальные проблемы методологии современной отечественной психологической науки // Психологический журнал. 2007. №2. С.5–18.

Корнилова Т.В. К проблеме полипарадигмальности психологических объяснений (или о роли редуccionизма и пристрастиях в методологии психологии) // Психологический журнал. 2006. №5. С.92–100.

Корнилова Т.В., Смирнов С.Д. Методологические основы психологии. СПб., 2006.

Купрейченко А.Б. Нравственно-психологические факторы экономического самоопределения: Монография. Saarbrucken: LAP LAMBERT Academic Publishing. 2011. 412с.

Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. 571с.

Нестик Т.А. Социальные сети // Инновационное развитие: Экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. М.: ИНФРА-М, 2009а. С. 365–386.

Нестик Т.А. Социальный капитал организации: социально-психологический анализ // Психологический журнал. 2009б. Т. 30. № 1. С. 52–63; № 2. С. 29–42.

Семенов В.Е. Современные методологические проблемы в российской социальной психологии // Психологический журнал. 2007. № 1. С. 38–45.

Татарко А.Н. Социальный капитал и экономические представления русских и китайцев: различия и взаимосвязь // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2010. Т. 7. № 1. С. 138–148.

Татарко А.Н., Лебедева Н.М. Социальный капитал: теория и психологические исследования: Монография. М.: РУДН, 2009.

Психологические исследования духовно-нравственных проблем / Отв. Ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.

Психология нравственности / Отв. Ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010.

Позняков В.П. Психологические отношения субъектов экономической деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2000. 220 с.

Позняков В.П. Ценностные ориентации как фактор отношения российских предпринимателей к деловому партнёрству // Психология в экономике и управлении. №1. 2009. С. 51–64.

Попов Л.М., Голубева О.Ю., Устин П.Н. Добро и зло в этической психологии личности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.

Проблемы нравственной и этической психологии в современной России / Отв. Ред. М.И. Воловикова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.

Хашченко В.А. Психология экономического благополучия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. 432 с.

Хашченко В.А., Баранова А.В. Взаимосвязь оценки качества жизни и экономико-психологического статуса личности // Проблемы экономической психологии. М., 2004. Т.1. С.501–526.

Фромм Э. «Иметь» или «быть». М.: АСТ МОСКВА, 2008. 314 с.

Филинкова Е.Б. Психологические основания самоидентификации российских предпринимателей // Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С.557–576.

Фоломеева Т.В. Экономические ценности в структуре социальных представлений о благополучии разных возрастных групп // Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С.433–475.

Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход / Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 17–32.

Штейнберг И. Русское чудо: локальные и семейные сети взаимоподдержки и их трансформация // Неформальная экономика: Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999.

Экономическое поведение в переходной экономике России: воздействие социально-психологических факторов // <http://ie.boom.ru/Arkhipova/Arkhipova1.htm> (8.01.11).

Юревич А.В. Методология и социология психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010.

Юревич А.В. Психологические корни экономического кризиса // <http://www.ipras.ru> (15.04.11).

Юревич А.В. Психология и методология. М., 2005.

Deci E.L. The psychology of self-determination. Toronto: Lexington books, 1980.

Hartner M., Kirchler E., Poshalko A., Rechberge S. Taxpayers's compliance by procedural and interactional fairness perceptions and social identity // *Psychology & Economics*. 2010. V 3. № 1. P. 12–31.

Helliwell J., Putnam R. Economic growth and social capital in Italy // *Eastern Economic journal*. 1995. V. 221. P. 295–307.

Ryan R.M., Deci E.L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being // *American psychologist*. 2000. V. 55. №1. P. 68–78.

Svendsen G. (Ed.). Handbook of social capital. The Troika of Sociology, Political Science and Economics. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2010.

Wenzel M. The multiplicity of taxpayer identities and their implications for tax ethics // *Law and Policy*. 2007. P. 31–50.

## **ECONOMIC PSYCHOLOGY TENDENCIES IN THE CONTEXT OF PARADIGM CHANGES IN PSYCHOLOGY**

**A.L. Zhuravlev, A.B. Kupreychenko**  
(Moscow, Russia)

### **Abstract.**

*The paper examines the problem of paradigm change in human research and describes main tendencies in modern psychology development and their particular manifestations in economic psychology. Modern psychological researches focus more on system of values and moral components of personality and groups of people. The role of self-determination in social and economic behavior also increases.*

**Keywords.** *Paradigm changes, tendencies of science, self-determination, moral and spiritual determinants, psycho-social problem, intergroup and interpersonal relations, dynamic of psychic phenomena, multidimensional concept of existence.*

# ПСИХОЛОГИЯ АКМЕОГЕНЕЗА – ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

**Ю.М. Забродин**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

В данной статье автор предлагает концепцию социального пространства в психологии, открывающую новые возможности психологического анализа целостной системы межсубъектных взаимодействий и отношений. Описываются движение субъектов и движение объектов в социальном пространстве, подчеркивается, что полезность концепции заключается в определении траекторий движения развивающегося субъекта в социальном пространстве. Автор вводит такие понятия, как «критические интервалы жизненного пути» и «кризисные точки выбора».

**Ключевые слова:** акмеогенез, жизненный путь, концепция социального пространства, движение объектов, движение субъектов, социально-экономическое пространство, критические интервалы жизненного пути, кризисные точки выбора.

## **1. Концепция социального пространства в психологии.**

Концепция *социального пространства* может быть представлена как развитие и обобщение некоторых идей отечественных психологов об особенностях межличностных взаимодействий и отношений (Б.Г. Ананьев, В.М. Бехтерев, А.Н. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, В.Н. Мясищев и др.) и ряда психологических концепций о строении и напряженности персональных пространств (А. Адлер, К.Г. Юнг, Т. Шибутани, Ф. Лютенс и др.), «личностного поля» К. Левина и других. Эта концепция, по моему мнению, открывает принципиально новые возможности психологического анализа целостной системы межсубъектных взаимодействий и отношений, в том числе, путем:

– признания особого *социального* качества этих взаимодействий<sup>1</sup>, прежде всего, в системе человеческих межличностных отношений,

---

<sup>1</sup> Особое качество межсубъектных взаимодействий, в принципе, вполне очевидно. Однако в системе психологического знания понятие «субъект–субъектных взаимодействий», которое фиксирует принципиальную непохожесть межсубъектного взаимодействия на субъект–объектное, по-видимому, явным образом впервые было введено Б.Ф. Ломовым (1984). При этом, тем не менее, отсутствует указание на то, что оба эти взаимодействия (субъект–объектное и субъект–субъектное) являются полной и исчерпывающей характеристикой реального бытия субъекта в окружающем его мире, выступая как *действительные стороны жизни одного и того же реального субъекта*.

– введения *особенной меры* на множестве этих взаимодействий, то есть *более формальной дефиниции социального пространства*,

– определения *понятия и меры движения субъекта в системе межсубъектных взаимодействий* как *траектории его жизненного пути* в указанном пространстве.

С помощью концепции социального пространства в область психологического анализа общественных явлений существенно легче и вполне корректно вводятся следующие важнейшие теоретические конструкции, значимые для понимания межсубъектных (в первую очередь – социальных) взаимодействий:

– понятия *социальной общности, социального института, группы и организации*, раскрывающие существенное различие описываемых этими понятиями социальных объектов;

– концепция и мера *социального положения (позиции, статуса)* субъекта в системе его межличностных отношений и в собственно социальном пространстве;

– понятие *социальной (личностной) дистанции, социального влияния и роли*;

– концептуальное (в контексте психологических понятий) определение ряда недостаточно изученных *социальных процессов* как особых реалий в жизни субъекта, например таких, как *процессы формирования и движения собственности, отчуждения продуктов деятельности и труда, развития обменных отношений и действий* в социальном пространстве;

– определение многообразия форм и видов *социального поведения*, отмеченного особой *модальностью*, в том числе, научная фиксация таких видов и форм манипулятивного социального поведения, как обман, дезинформация, «подмена понятий» и т.д.

Особенность социального пространства состоит в его *относительной независимости* от физического пространства бытия и движения субъекта – эта независимость выступает как результат особого свойства межсубъектных взаимодействий: даже «покоясь», будучи неподвижными в физическом пространстве, и субъекты, и объекты *могут иметь потенциал движения и/или реально перемещаться в пространстве социальном* (например, в процессе движения собственности – отчуждения, изъятия, дарения, обмена «ценностями», стоимостями; в процессах социальных движений – присоединения, идентификации, изоляции и разрыва, распределе-



ния влияний, полномочий и ответственности и т.д.). *В социальном пространстве действуют свои законы*, и это, прежде всего, известные в социальной психологии *законы влияния* (взаимодействия), исследование которых открывает собственно психологические механизмы социального движения – усиление или ослабление влияния (референтность), заражение, подражание, внушение, вовлечение, убеждение, принуждение и т.д.

В *социальном пространстве* принципиально допустимо независимое от физического «*движение*» субъектов (как следствие изменения характера межсубъектных взаимодействий и отношений), что достаточно очевидно в контексте современного социально-психологического и организационного анализа (создание и замещение роли, создание и организация социального статуса, управление «социальным местом», карьерное движение и др.). Однако, и это не менее важно, – в *социальном пространстве* осуществляется *движение объектов* (как опредмеченных результатов поведения и деятельности субъекта в мире, например, результатов поиска, преобразования и транспорта<sup>2</sup>, предметов труда, образцов культуры, искусства, элементов знания и веры, норм права, морали и др.).

Социальное пространство образуется как (реальное и виртуальное) множество социальных элементов, в том числе, субъектов, их объединений (разного рода и уровня общностей – сообществ и групп, социальных институтов и организаций) и движений (реальных и виртуальных образцов поведения и результатов социального действия, поступка), которые существуют как допустимые (разрешенные) в данное социальное время (эпоху, период). Вместе с системой мер на этих элементах (определяющих области их существования, движения, развития, их структуру и состав) возникает та или иная *метрика данного социального пространства*.

В таком случае могут быть определены *возможные и разрешенные (одобряемые или наказуемые) траектории движения субъекта* во множестве межсубъектных отношений, которые характеризуют индивидуальные особенности жизненного пути, в первую очередь, *гражданскую и профессиональную карьеру субъекта*, проходящего через множество реально или виртуально существующих социальных систем (общностей, социальных институтов, организаций и т.п.). Это означает, в частности, что субъект в течение своей жизни *проходит* через *множество различных со-*

---

<sup>2</sup> В том числе, *транспорта в пространстве субъектов* – распределения и обмена.

*циальных систем* со своей структурой, узлами, элементами и нормами отношений.

В социальном пространстве (далее – СП) в соответствии с нашей концепцией может быть выделена такая область СП, как образовательное пространство с ближайшими областями начала *акмеогенеза* – движения субъекта по его *жизненному пути*. Здесь можно увидеть важнейшие элементы и виды *типичных траекторий движения* развивающегося субъекта в социальном пространстве – *гражданских и профессиональных карьер*, образующие *потоки движения* множества субъектов похожей судьбы – *движения человеческих ресурсов* общества. Определенные области социального пространства позволяют определить *критические интервалы жизненного пути* и *кризисные точки выбора* дальнейшего движения. В каждой *точке выбора* существует возможность различного продолжения *карьеры*, реализуемая разной долей из множества – общего потока – реальных субъектов:

- по дальнейшим ступеням образования – вплоть до индивидуального образовательного пути в системе непрерывного «пожизненного» образования (long life learning);

- в область социально – трудовых отношений, на свободный и связанный рынок труда, обновляя и пополняя контингент экономически активного населения (далее – ЭАН);

- в область маргинального поведения и безнадзорности, постоянно пополняя кризисный контингент так называемых беспризорных и бомжей;

- в сферу криминального пространства, образуя кризисные группы *делинквентного* поведения.

Психологическое исследование *реальных потоков и анализ психологических механизмов выбора вариантов развития жизненного пути* (жизненных планов) – как вариантов карьерного движения субъектов не только нормализует наличное психологическое знание, эффективно и понятно вводит ряд привычных и новых психологических категорий, но и открывает новые области и объекты психологических исследований, в частности:

- характеристики *типичных карьер*, их *ролевые, функциональные и пространственные* (например, позиционные) особенности, а также психологические особенности субъектов, их выбирающих;

- характеристики *потенциала и интенций субъекта* (Забродин, 1997, 2002) и особенности *субъектного выбора*: осознанность,

социальные влияния, планирование и готовность к реализации выбранного пути и др.;

– *стрессы, защиты и адаптации* «на изломах» карьеры и в критических точках жизненного пути – как следствие «перерыва непрерывности» социального пространства – в *точках бифуркации и выбора* (множественность альтернатив продолжения траектории жизни) и в *точках «перемены роли»* на границах структурно организованных подмножеств социального пространства – в организациях, группах, социальных институтах и т.п.

## **2. Социально–экономическое пространство: структура и возможности психологического анализа.**

Может быть описано распределение типичных социальных мест и ролей, потенциально «замещаемых» субъектом в процессе его движения в социально-экономическом пространстве. Такое описание раскрывает принципиальную структуру социальных мест, по которым происходит распределение человеческого ресурса общества в социально ориентированном контексте, а также раскрывает узловую структуру видов занятий в социальном пространстве с указанием типичных ролей в экономически активной области, что позволяет вести психологический анализ распределения ЭАН по этим социальным местам и исследовать механизмы и факторы эффективного или неэффективного исполнения соответствующих социальных ролей. Могут быть выделены важнейшие элементы и виды типичных траекторий движения развивающегося субъекта в социальном пространстве – гражданских и профессиональных карьер, образующие потоки движения множества субъектов похожей судьбы – движения человеческих ресурсов общества.

Таким образом, психологическое исследование процессов и областей движения *человеческого субъекта в человеческом обществе* дает возможность выявлять *критические интервалы жизненного пути*, – и каждый такой интервал по своему критичен в контексте *перемены социальной роли и социальной функции субъекта*. Такой анализ позволяет обнаружить *типичные потоки и траектории движения* в социальном пространстве, исследовать эффективность выбора и замещения «социальных мест», исполнения различных ролей и оценить значение различных социальных институтов в жизни развивающегося субъекта.

Приведенные выше иллюстрации показывают, что профессиональная принадлежность является лишь частным и весьма специфическим (скорее – функционально-технологическим) проявлением экономической активности человека на конкретном «рабочем месте». Сами *социальные системы* (общности, институты<sup>3</sup>, движения, объединения и т.п.) могут быть наделены в таком случае рядом параметров и свойств, характеризующих указанные *общности* через их отличительные особенности:

– *социальное качество* или *общий признак* (территориальные, этнические, культурные, исторические, позиционные и иные общности);

– *социальную функцию в обществе* (политические, демографические, экономические и др.), – и т.д.;

– *объем* (сверхбольшие, большие, средние, малые, мелкие объединения);

– *структуру* (хаотичные, вертикальные, древовидные, матричные и др.);

– *качественный состав* (узлы структуры, социальные места и внутренние нормы отношений).

При этом, как мы полагаем, особое значение для психологического анализа приобретает понятие «*социального места*», которое обобщает:

– *идею движения субъекта через различные социальные образования* (в том числе – различные организации);

– *конкретную реализацию* из множества возможных *альтернатив* социального поведения (допустимых изменений в системе текущих межличностных взаимодействий) в реальных или виртуальных «*узлах социальной структуры*».

Такое движение может, и наверное, должно рассматриваться как *кризисная ситуация* на определенном *интервале жизненного пути* (жизненной ситуации), в частности, как *кризис перемены роли*. В этом случае *движение субъекта и его траектория в социальном пространстве* представляют собой *последовательное замещение одного из множества социальных мест*. В этом контексте кризис представляет собой даже сам процесс *занятия субъектом*<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Так, например, государство становится одним из социальных институтов управления общественными процессами (то есть – процессами реального взаимодействия людей), и другим таким институтом становится институт (местного) самоуправления.

<sup>4</sup> А не только – адаптации и эффективного исполнения той или иной роли на данном социальном месте.

одной из множества возможных (в данный момент свободных или уже замещенных) позиций в той или иной социальной системе, например, учебного места – в образовательном учреждении, рабочего места – в производственной организации, социальной позиции – в группе и т.д.

Важно отметить, что в русле концепции социального пространства становится возможным аккуратный анализ разного рода социальных общностей как подмножеств и подсистем единого социального пространства акмеогенеза – на данном интервале жизни человека и в данную эпоху развития общности. Так, например, обнаруживается существенное различие между такими общностями, как группы и организации. Если первые, – группы – в основном, дефинируются как социальные системы с общим признаком входящих в них субъектов, то вторые – организации – выступают как социальные системы с общей социальной функцией, выраженной в виде специфической социальной миссии организации.

В таком случае можно сказать, что *группы преимущественно отражают потребности и интересы собственных членов*, тогда как *организации в своих функциях и миссии отражают потребности и интересы тех, кто находится за пределами организации*.

### **3. Социальное пространство в исследованиях личности.**

В контексте предлагаемого анализа социального пространства становятся более понятными такие феномены как *психологическое расстояние* (персональная дистанция) и *психологический барьер*, который приходится создавать (защита) или необходимо преодолевать (установление контакта). Эти понятия характеризуют особенности межсубъектного взаимодействия, которое само по себе обладает свойствами *модальности* (селекции и выбора партнера), *дальности* (силы взаимодействия) и *валентности* (знака). С этой точки зрения в социальном пространстве можно обнаружить персональные особенности дистанции, отношений и поведения:

– *дистанция* характеризует баланс межсубъектного взаимодействия – она может сохраняться (поддерживаться), сокращаться (сближение) и увеличиваться (удаление);

– *отношения* детерминируются особенностями спектра взаимодействий со стороны субъекта – они могут быть открытыми (симпатии – антипатии), закрытыми (маскировка и дезинформация), вертикальными (доминирование – подчинение) и горизонтальными (согласие и терпимость);

– *барьеры* могут быть *поведенческими и личностными*. Первые, *поведенческие защиты*, характеризуют индивидуальные формы и особенности социального поведения: реальные (ступор, контакт, избегание; содействие и противодействие, агрессия и жертвенность) и виртуальные, информационные (мимикрия и изоляция, обман и дезинформация, угроза и покорность). Личностные – это преимущественно *интрапсихические защиты* отражения (фиксации, оценки и интерпретации социальных ситуаций и социальных партнеров) и переживания (тревога и стресс, страх и бравада, эйфория и фрустрация).

При этом появляется возможность дать более точное определение некоторых, слабо изученных в рамках прежней психологии, *социальных процессов*, которые следует рассматривать в качестве *особых реалий в жизни субъекта*. К их числу относятся, например, процессы, *формирования картины мира и общества, отношения влияния и собственности, отчуждения продуктов деятельности и труда, развития обменных отношений и действий* и т.д. Эти процессы задают реальное многообразие форм и видов *группового сознания и социального поведения человека*.

Сами *социальные системы* (общности, институты<sup>5</sup>, движения, объединения и т.п.) могут быть наделены в таком случае рядом параметров и свойств, характеризующих их отличительные особенности:

- *социальное качество* (территориальные, этнические, культурные, исторические, позиционные и иные общности);
- *объем* (сверхбольшие, большие, средние, малые, мелкие объединения);
- *структуру* (вертикальные, древовидные, матричные и др.);
- *состав* (узлы структуры, социальные места и внутренние нормы отношений);
- *функции в обществе* (политические, демографические, экономические и др.), – и т.д.

Как было показано выше, особое значение для психологического анализа приобретает понятие «*социального места*» как обобщающее идею *движения субъекта через различные социальные образования* (в том числе – различные организации). Движе-

---

<sup>5</sup> Так, например, государство в России становится одним из социальных институтов управления общественными процессами (то есть – процессами реального взаимодействия людей); другим таким институтом становится институт (местного) самоуправления.

ние, замещающее определенные социальные места, можно рассматривать как конкретную *индивидуальную реализацию траектории жизненного пути*, как одну из множества возможных *альтернатив социального поведения* (допустимых изменений системы межличностных взаимодействий) в реальных или виртуальных «узлах социальной структуры».

Движение от узла к узлу социального пространства, скачкообразное по своей природе, может рассматриваться в формальном смысле как *катастрофа*, как *кризисная ситуация* на определенном этапе акмеогенеза – на *интервале жизненного пути субъекта* (в его жизненной ситуации). Такой «скачок» неоднократно наблюдается в социальном пространстве в ходе акмеогенеза, в частности, как очевидный факт *перемены роли*, как *перерыв постепенности в последовательном замещении позиции субъекта* (одной из множества возможных в данный момент свободных) в той или иной социальной системе. Примером таких позиций могут служить, например, *учебные места* – в образовательном учреждении, *рабочие места* – в производственной организации, *статусные социальные позиции* – в группе и т.д.

Ментальность или менталитет<sup>6</sup> как феномен так называемого *группового сознания*, в указанном контексте следует интерпретировать как более высокий уровень социальной идентичности субъекта, связанный не столько с *идентификацией* его с той или иной общностью, сколько с *дифференциацией* им различных общностей в социальном пространстве. Тогда менталитет выступает (вслед за В.М. Бехтеревым, В.Н. Мясищевым, К.Г. Юнгом и К. Левиным) как *характеристика системы отношений* данного субъекта  $Sb_i$  в его общности – в социальном пространстве данной общности  $\{Sb\}_i$ , – в сравнении с возможными другими общностями  $\{Sb\}_k$  человеческого общества  $\{Sb_{чел}\}$ .

Здесь важно подчеркнуть, что мы имеем дело с системой *отношений* субъекта, а не только его действий или «социальных представлений», то есть объектом психологического анализа становятся также ценностные (а не только нормативные или рефлексивные) компоненты межличностных взаимодействий субъекта. Эти компоненты приобретают смысл *личностных интенций* в сравнительном

---

<sup>6</sup> В действующих словарях нет определения ментальности (менталитета), и поэтому мы постараемся придерживаться смысла, принятого в современных дискуссиях по данной проблеме.

анализе специфических систем *персональных оценочных функций* (Забродин, 1980, 1997, 2002) и становятся *типичными* в рамках той или иной общности (в смысле А. Адлера и К. Юнга), выражая отношения принадлежности, причастности, идентичности, влияния, власти, совести (религии), аффилиации и др. В таком случае имеет смысл, – в дополнение к важным характеристикам социальных систем и социальных институтов (объектов *менталитета* и источников *социальных представлений*), – рассматривать менталитет как часть *организационной культуры общности*, как особое свойство социального пространства индивида, принадлежащего данной общности. Тогда система социальных взаимодействий по существу становится базой, платформой для строительства отношений данного субъекта, и, в свою очередь, – основанием изменения его поведения (общности, в системе его взаимодействий)<sup>7</sup>.

Тогда в число параметров группового сознания (менталитета) логично включать (по аналогии с идеей Ч. Осгуда):

- *силу* (дальность) отношения;
- *модальность* (селективность) отношения;
- *валентность* (знак) отношения.

С точки зрения *валентности* в подобном анализе важны как *принимаемые*, так и *отвергаемые* элементы (например, ценности, нормы, обычаи и т.п.), как позитивные интенции (цели, образцы, идеалы) – к чему «мы стремимся и кем бы мы хотели быть», так и негативные – «кем бы мы не хотели быть и к чему бы не стремились». Именно с этой точки зрения менталитет относится как к структурам *восприятия* мира (мировоззрения, образа мира, образа культуры), так и к структурам *регуляции действия* в контексте интенций субъекта. В таком случае, например, разработанные Г.З. Сураевой (2002) и М.С. Мышкиной (2004) классификаторы позитивных мотивационно-смысловых интенций личности в исследованиях ментальности должны быть дополнены своим *антиподом* – от чего субъект отказывается, что он не принимает. Такое дополнение становится необходимым отрицательным полюсом аксиологической оси мировосприятия и ценностного отношения к миру как «нравственного закона внутри нас» (И. Кант)<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Поведение рассматривается и определяется нами как фактическое (наблюдаемое) изменение системы взаимодействий субъекта с миром (Забродин, 1984, 1997).

<sup>8</sup> Вспомните для примера христианские заповеди: установки «не делай..., не желай ...» в этих правилах не менее важны, чем позитивные поведенческие установки.



Этот отчетливо аксиологический смысл менталитета задает систему поведенческих ориентиров личности, определяет особенности его социального поведения и его социальную позицию в данной общности (к которой он принадлежит) в сравнении с иной общностью (к которой он не принадлежит, но, тем не менее, также себя идентифицирует). С указанной точки зрения ментальность это не только феномен группового сознания (Г.В. Акопов, В.М. Аллахвердов, О.С. Дейнека, В.Е. Семенов), но и следствие *социализации субъекта* в данной общности.

В таком случае в *субъекте* ментальность выступает как персональный результат социализации и индивидуации, самоидентификации, притязаний на признание и аффилиации, – и таким образом становится, в определенном смысле, парадоксальной основой так называемого «коллективного бессознательного», которые снова «уходят в основание» психических функций. Мысль, елечение, и так становится в да только феномен группового сознания. В таком случае неосознаваемыми (в ряде случаев вновь) могут становиться те отношения, которые в личностном анализе практически всегда рассматривались как отношения психологически *более высокого уровня* (отношения «субъект – данная общность», общность, к которой он принадлежит). Отметим, однако, что при этом на уровне сознания могут оставаться вполне ясными отношения «другие общности в составе общества».

Такая интерпретация позволяет уточнить психологическое понимание человеческой *общности* (Б.Г. Ананьев, Б.Д. Парыгин) как особого *множества субъектов*, объединенных (и сходных) вследствие их самоидентификации с данной общностью. Такое определение существенно отличается от распространенного в социологии и психологии представления об «отдельных общностях» как существующих в форме «коллективного» или тем более «совокупного субъекта» с собственной психикой и сознанием. С указанной выше точки зрения понятие «совокупного субъекта» следует расценивать не более чем метафору: речь идет о социальных (точнее – общностных, общинных) свойствах психики индивидуального субъекта, возникающих над и вследствие развития процессов идентификации, социализации и социального влияния (социальной позиции) в данной общности. Мы полагаем, что именно в этом контексте у маргиналов (например, бомжей и бюрократов) в силу их социальной амбивалентности (космополитичности) отсутствует менталитет как общинное, а не корпоративное, сознание в строгом психологическом смысле слова.

#### **4. Социально-экономическое пространство и акмеогенез: структура и возможности психологического анализа.**

Другую сторону полезности излагаемой концепции социального пространства (далее – СП) можно увидеть как образовательное пространство с ближайшими областями акмеогенеза – движения взрослеющего субъекта по его *жизненному пути*. Здесь необходимо учесть важнейшие элементы и виды *типичных траекторий движения* развивающегося субъекта в социальном пространстве – *гражданских и профессиональных карьер*, образующие *потoki движения* множества субъектов похожей судьбы – *движения человеческих ресурсов общества*. Легко увидеть, что *социальная и профессиональная принадлежность* субъекта являются лишь частными и весьма специфическими социальная и ного поведения и (скорее – функционально - технологическими) проявлениями экономической активности человека на конкретном «рабочем месте».

Существуют и *критические интервалы жизненного пути* Sb и *кризисные* (для Sb) *точки выбора* дальнейшего движения. Понятно, что в каждой *точке выбора* есть возможность различного продолжения *карьеры* (реализуемая разной долей из множества – общего потока – реальных субъектов):

- в область образования – по дальнейшим ступеням образования – вплоть до индивидуального образовательного пути в системе *непрерывного «пожизненного» образования* (long life learning);

- в область социально-трудовых отношений, – на свободный и связанный рынок труда, – обновляя и пополняя контингент *экономически активного населения ЭАН*;

- в область неустойчивых социальных норм, *маргинального поведения и безнадзорности*, постоянно пополняя кризисный контингент так называемых *беспризорных и бомжей*;

- в сферу *криминального пространства*, образуя кризисные группы *делинквентного поведения*.

Психологическое исследование этих потоков и анализ психологических механизмов выбора вариантов развития жизненного пути (жизненных планов) – вариантов карьерного движения субъектов не только нормализует наличное психологическое знание, эффективно и понятно вводит сказанное выше в контекст привычных психологических категорий, но и открывает возможные *новые области и объекты психологических исследований*, в частности, такими объектами становятся:

– характеристики *типичных карьер*, их *ролевые, функциональные и пространственные* (например, позиционные) особенности, а также психологические особенности субъектов, их выбирающих;

– характеристики *потенциала и интенций субъекта* (Забродин, 1997, 2002) и его выбора: осознанность, социальные влияния, планирование и готовность к реализации выбранного пути и др.;

– *стрессы, защиты и адаптации* «на изломах» карьеры как следствие «разрыва непрерывности» социального пространства – в *точках выбора* (множественность альтернатив продолжения траектории жизни) и в *точках «перемены роли»* на границах структурно организованных подмножеств СП – в организациях, группах, социальных институтах и т.п.

Таким образом, движения человеческого субъекта в человеческом обществе в процессах акмеогенеза, рассматриваемые как *движения личности в социальном пространстве*, позволяют выявить *специфические траектории этого движения*, а также – обнаружить *критические интервалы жизненного пути в акмеогенезе* (при этом каждый интервал по-своему критичен в контексте перемены социальной роли и социальной функции). Это дает возможность рассматривать в единой картине *типичные потоки и индивидуальные траектории движения человека*, исследовать *процессы акмеогенеза (становления гражданина и профессионала)*, оценивать *эффективность социального, в том числе – экономического, – поведения*, качество выбора и замещения «социальных мест», исполнения различных ролей, оценить значение различных социальных институтов в жизни развивающегося субъекта.

### ***Литература***

Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. Л., Изд. ЛГУ, 1969. См. также: // Ананьев Б.Г. Избранные психологические труды: В 2-х т., Т.1. – М., 1980; Ананьев Б.Г. О проблемах современного человекознания. Изд. 2-е. СПб, 2000.

Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. М. Дайджест. 1995.

Аллахвердов В.М. Сознание как парадокс. СПб, Издательство ДНК, 2000.

Акопов Г.В. Российское сознание: историко-психологические очерки. Самара, СамГПУ, 2002.

- Бехтерев В.М. Объективная психология. М., Наука, 1991.
- Дейнека О.С. Экономическая психология. СПб, Изд. СПбГУ, 2000.
- Забродин Ю.М. Очерки теории психической регуляции поведения. М., Магистр, 1997.
- Забродин Ю.М. Теория личности и управление человеческими ресурсами. М., Финстатинформ, 2002.
- Кант И. Критика чистого разума. М., Реноме, 2003.
- Левин К. Теория поля в социальных науках. СПб, Речь, 2000.
- Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность. М., Политиздат, 1975.
- Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М., Наука, 1984.
- Лютенс Ф. Организационное поведение. М., Инфра – М, 1999.
- Мышкина М.С. Психологические особенности мотивационно-смысловой интенции детей старшего дошкольного и младшего школьного возраста (сравнительный анализ). Автореф. дисс. канд. пс. наук. М., 2004.
- Мясищев В.Н. Психология отношений: Избранные психологические труды. – Москва-Воронеж, 1995.
- Осгуд Ч. // Ch. Osgood. Measurement of meaning. 1984.
- Парыгин Б.Д. Социальная психология. СПб., 1999.
- Семенов В.Е. Искусство как межличностная коммуникация. СПб, Изд. СПбГУ, 1995.
- Сураева Г.З. Психологические особенности мотивационно-смысловой интенции личности (социокультурный аспект). Автореф. дисс. канд. психол. наук. М., 2002.
- Шибутани Т. Социальная психология. М., Прогресс, 1969.
- Юнг К.Г. Архетип и символ. М., RENAISSANCE, 1991.

## **PSYCHOLOGY OF ACME: PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF INDIVIDUAL'S MOVEMENTS IN SOCIAL SPACE**

**Y.M. Zhabrodin**  
(Moscow, Russia)

### **Abstract.**

*The author introduces concept of social space which provides new possibilities for psychological analysis of interpersonal relations and interactions. Movements of objects and subjects in social space are described. According to the author, trajectory of developing subject movement in social environment can be predicted. The author introduces terms „critical periods of the life span“ and „critical points of choice“.*

**Keywords.** *Acme, life span, concept of social space, the movement of objects, the movement of subjects, social-economic space, critical periods of the life span, critical points of choice.*

# FROM MISTRUSTING TAXPAYERS TO TRUSTING CITIZENS EMPIRICAL EVIDENCE AND FURTHER DEVELOPMENT OF THE SLIPPERY SLOPE FRAMEWORK

***Erich Kirchler, Eva Hofmann & Katharina Gangl***  
(Vienna, Austria)

## ***Abstract***

*According to a Russian civil servant, Russian taxpayers justify their tax evasion by referring to the other tax evaders and also to the corrupt bureaucracy in the country (Rothstein, 2000). In contrast, in countries like Sweden the general level of tax honesty is high and is related to a high level of public trust. What can be done to overcome the situation of widespread tax evasion in Russia? Based on the Slippery Slope Framework (SSF; Kirchler, 2007; Kirchler, Hoelzl, & Wahl, 2008) we examine authorities' measures to levy citizens' contributions to public goods, i.e., perceived power of authorities and trust in authorities, and their impact on the antagonistic and synergistic tax climates, and on taxpayers' enforced tax compliance und voluntary tax cooperation. Besides a theoretical introduction to the model, comprehensive empirical evidence for the model is presented. The extension of the SSF additionally allows comments on how to mistrusting taxpayers can become committed citizens.*

***Keywords:*** power, trust, regulation, tax behavior, Slippery Slope Framework

## *Introduction.*

Most states – last but not least the Russian Federation – are confronted with the fact that they need to provide public goods, such as infrastructure, health care, education, etc., to foster economy and citizens' welfare, but that citizens are reluctant to contribute to them. While deciding on tax payments, taxpayers experience a social dilemma situation, i.e., their individual interests contradict communal interests. On the one hand taxpayers cherish public goods; on the other hand, they often prefer not to pay their full tax bill and keep their hard earned money for themselves (Kirchler, 1998). Although if one taxpayer follows the path of tax evasion, the community is still very well able to finance the needed public goods, but if most taxpayers display this behavior, the state becomes incapable of providing infrastructure, health care, education, etc. That is exactly what happens in Russia. According to a Russian civil servant, Russian taxpayers justify their own tax evasion by re-

ferring to the other tax evaders and also to the corrupt bureaucracy in the country (Rothstein, 2000). Taxpayers struggle to be the “single” person who pays taxes honestly and does not benefit from tax evasion like all others. Additionally, according to the Russian civil servant taxpayers think that even if they would be honest, their money would not be used for public goods but rather would flow into the pockets of the corrupt bureaucrats (Rothstein, 2000). Thus, trust towards fellow citizens and towards authority is lacking in taxpayers and the only reasonable behavior for an individual seems to act egoistic, evade taxes and at least maximize the own payoff (Rothstein, 2000).

In contrast, in countries like Sweden the general level of tax honesty is high (98%; Rothstein, 2000) and is supposed to be related to a high level of public trust not only towards fellow citizens but also towards official authorities. Here the social dilemma is resolved differently; communal interests prevail over individualist interests, public goods are financed with taxes from nearly all citizens.

Based on this fact, what can be done to overcome the situation of widespread tax evasion in Russia and in other countries? Or, as the Russian civil servant puts it «How do you go from a situation such as Russia’s today to the situation which exists in Sweden?» (Rothstein, 2000, p. 479). Following the statement of the Russian civil servant, the prevention of tax evasion within the community is one measure, i.e., the protection of honest taxpayers from getting exploited by tax evaders. Another measure would be the containment and extinction of corruption within members of authorities. Thus, fairness within the community of taxpayers and between taxpayers and authorities is essential. This fairness induces trust in both, the community and the authorities. Trusting taxpayers meet their obligations, although it is tempting to free ride and maximize their individual benefit instead of the communal one (Rothstein, 2000). Thus the installation of mutual trust is necessary to establish Swedish conditions where tax evasion is an unfamiliar phenomenon.

Nevertheless, it is common practice to force citizens with heavy measures to obey the laws and pay their full tax share. But enforcement is costly and induces a disagreeable climate of mistrust between authorities and citizens. Therefore, from an economic and a societal point of view alternative measures are more expedient.

The Slippery Slope Framework (SSF; Kirchler, 2007; Kirchler, Hoelzl, & Wahl, 2008) is a theoretical model to differentiate between the impact of strict enforcement and an alternative measure, i.e., consti-

tution of mutual trust, on taxpayers' behavior. It distinguishes between determinants that are linked to authorities' perceived power, i.e., fines and audits, and trust in authorities emerging from fair and just treatment by the authorities, tax friendly norms, taxpayers' positive attitudes towards taxes and related aspects, tax law transparency, etc. Therefore it is an excellent model to investigate (a) the impact of enforcement measures as well as (b) the impact of measures inducing trust, and (c) especially how a transition of treatments of taxpayers from enforcement measures to trust inducing measures can take place.

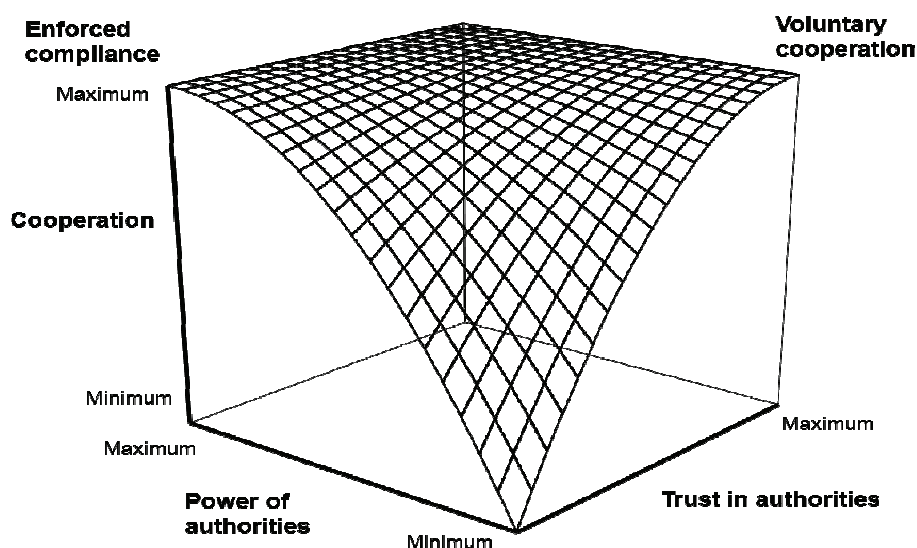
Based on the SSF's assumptions we examine theoretically as well as empirically perceived power of authorities and trust in authorities. In the following sections we cover an introduction to the SSF and put it into context with existing research on tax behavior. Subsequently, empirical studies on the assumptions of the SSF are presented; they confirm the postulates of the model but also raise new questions. Finally, the empirical results are discussed and an extension of the SSF is introduced that incorporates the controversial empirical results.

## ***2. The Slippery Slope Framework***

The Slippery Slope Framework (SSF) of tax behavior integrates the existing findings on tax behavior into a comprehensive framework based on two dimensions (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008). The first dimension, perceived power of authorities, comprises economic determinants of tax behavior such as tax audits and fines. The second dimension, trust in authorities, integrates the psychological determinants such as transparency of tax law and procedures, attitudes towards tax issues, norms regarding taxes, or fairness considerations in the context of taxation. The SSF postulates that perceived power of authorities and trust in authorities are related to two different cooperative climates between authorities and taxpayers: an antagonistic and a synergistic climate. Also through the predominant climate in society, perceived power and trust are related to individual forms of tax compliance, i.e. enforced tax compliance and voluntary tax cooperation. Thus, the SSF is an extensive model embracing authorities' diverse measures to enhance tax compliance (Figure 1).

While perceived power of authorities in the SSF is defined as the perceived potential of the tax authority to detect and punish tax evaders, trust in authorities is conceptualized as taxpayers' perception of transparency of tax procedures and their participation in tax procedures, their

general positive attitude towards paying taxes, the impression that most citizens pay their fair share and that the authorities work benevolently in the interest of the community (Kirchler, 2007; Kirchler et al., 2008). Perceived power of authorities results from strict tax laws and a substantial budget to enforce these laws. As it is the perception of power that determines tax compliance, taxpayers' knowledge on authorities' power measures is more important than the actual application of power itself. Trust in authorities bases on the perception that authorities treat taxpayers respectfully this way establishing a relation of mutual respect. Additionally, a fair and transparent treatment of taxpayers is essential for authorities to be perceived as trustworthy. Together power and trust are determining climates between authorities and taxpayers and subsequently individual tax behavior.



*Figure 1. The Slippery Slope Framework (Kirchler et al., 2008, p.212).*

In the SSF it is distinguished between two tax climates: the antagonistic and the synergistic climate (Kirchler, 2007; Kirchler, et al., 2008). Perceived power of authorities in a low-trust environment promotes an antagonistic climate in which tax authorities' and taxpayers' goals are opposing each other. In contrast, trust in authorities leads to a synergistic climate, in which mutual respect between tax authorities and taxpayers prevails; they cooperate with each other as equal partners. The antagonistic climate matches a «cops and robbers»-attitude; authorities are perceived as «cops» who try to detect as many tax evaders, i.e., «robbers», as possible, and taxpayers in reply struggle to escape authorities' monitoring and evade taxes whenever possible. Thus, in an an-



tagonistic climate, taxpayers comply with tax law only, if they perceive high power such as severe fines or strict audits. In a synergistic climate a «service and client»-attitude is prevalent. Authorities are perceived as part of the society offering valuable service to the community, working supportively with taxpayers, respecting taxpayers and applying fair procedures. In this climate taxpayers cooperate with authorities, because they highly trust in them. While in both climates taxpayers pay their taxes in accordance with the law, the motivations that lead to honest tax behavior are opposing.

Due to authorities' measures and subsequent tax climates the quality of individual tax behavior differs according to the SSF (Kirchler, 2007; Kirchler, et al., 2008). Perceived power of authorities and an antagonistic climate cause enforced compliance, whereas trust in authorities and a synergistic climate lead to voluntary cooperation. Enforced compliance results from taxpayers' calculations of possible gains and losses. Taxpayers weight benefits and losses of tax evasion and consider honest tax payments in case evasion is too risky. The higher authorities' perceived power the more costly is tax evasion. In this case taxpayers feel forced to pay their taxes and their strategy is to comply with tax laws and pay taxes honestly. Voluntary cooperation is linked to the perception of authorities' benevolent treatment of taxpayers which induces feelings of trust towards authorities. The more positive the interaction between authorities and taxpayers is perceived the more taxpayers trust in authorities' benevolence towards them. Thus, taxpayers decide to pay their taxes voluntarily. Based on the assumptions of the SSF, highest possible perceived power of authorities as well as highest possible trust in authorities lead to 100% tax payments, either enforced compliance or voluntary cooperation. Also, the strictest wielding of power and highest trust in authorities together are believed to induce 100% tax payments. Nevertheless, these assumptions are mainly of theoretical value; in real life the maximum of perceived power of authorities and also the maximum of trust in authorities is very unlikely to be attained. Still, taxpayers' motivation to pay taxes is either enforced or voluntary.

### *2.1. Power in the Slippery Slope Framework*

In the SSF (Kirchler, 2007; Kirchler, et al., 2008) the power dimension bases on standard economic theory and comprises earlier findings on audits and fines (Allingham & Sandmo, 1972; Becker, 1968; Srinivasan, 1973). From this point of view, utility maximizing taxpayers

can be forced to pay their taxes honestly, if the costs of tax evasion are higher than the costs of taxpaying. Obviously, strict audits and fines in case of detected tax evasion would increase the costs of tax evasion and in turn would make it more rewarding to pay taxes honestly. Tax authorities mostly rely on these assumptions and operate with strict audits and fines to deter taxpayers from tax evasion.

Authorities are perceived as powerful if they work efficiently and can detect and prosecute non-compliant taxpayers (Kirchler, 2007; Kirchler, et al., 2008). Additionally, they are perceived as powerful, if they have the ability to force citizens, who otherwise would be non-compliant, to state their income correctly when filing taxes. Extraordinary capability of tax law enforcement leads to the perception of powerful authorities. Therefore, measures to enforce tax payments, i.e. fines, and proficient exposure of non-compliant taxpayers, e.g., based on strict audits, are important for taxpayers to perceive authorities as powerful.

However, empirical results reveal that the impact of audits and fines on tax compliance on the one hand is weak, and on the other hand it depends on specific conditions, and in some cases has even opposite effects than intended. The positive but weak effect of audits and fines on tax compliance was confirmed in experiments (Blackwell, 2002) as well as in field studies and surveys but for which the impact was even weaker (Andreoni, Erard, & Feinstein, 1998). Audits and fines seem to be most efficient when applied in early stages of the work life of taxpayers (Guala & Mittone, 2005). Laboratory studies revealed that the application of audits and fines during the first years of self-employment lead to increased tax payments due to an overestimation of the probability of being audited. On the contrary, audits and fines at a later stage of a work-life did not influence tax payments. Nevertheless, the effects of audits and of fines differ: audits are often reported to be more effective than fines (Fischer, Wartick, & Mark, 1992). Regarding opposite effects, taxpayers who feel restricted through audits and fines might act of defiance and engage in tax evasion to gain back their freedom (Kirchler, 2007). In the case of committed and cooperative taxpayers, strict audits and severe fines might crowd out the intrinsic motivation to cooperate (Feld & Frey, 2007). In this case audits and fines might be perceived as a sign of distrust by authorities and in turn also taxpayers distrust the authorities and at the same time decrease their tax compliance (Feld & Frey, 2007).

Audits and fines are important elements to insure tax compliance. However, their impact is rather weak and their impact on trust towards

fellow citizens and especially towards the authorities might be negative. In this vein, audits and fines are not the solely successful measure to change from corruption and tax evasion such as in Russia to a situation of mutual trust and honest tax payments comparable to the one in Sweden. Accordingly, the measures proposed by standard economic theory need to be complemented by measures proposed by psychological research which are more inclined to foster citizens' confidence and trust.

## *2.2. Trust in the Slippery Slope Framework.*

In the SSF (Kirchler, 2007; Kirchler, et al., 2008) the trust dimension integrates earlier psychological research. Taxpayers trust in authorities, if they perceive authorities' treatment as respectful, and if subsequently the relation between taxpayers and authorities is characterized of mutual respect. Besides respect, authorities' fair and transparent treatment of taxpayers is central for its trustworthiness. Therefore, transparency and understanding of tax laws, taxpayers' attitudes towards the nation state, personal and social norms, fairness perceptions, and motivation to comply are comprising research on trust (Braithwaite, 2003b; Kirchler, 2007; Torgler, 2003).

In general, empirical evidence shows that trust in tax authorities is positively correlated with tax payments (Hammer, Jagers, & Nordblom, 2009; Torgler, 2003). Transparency of the tax system, subjective knowledge about the tax law and the own tax liability was shown to increase tax compliance (Alm, Cherry, Jones, & McKee, 2010; Lewis, 1978; Niemirowski, Wearing, Baldwin, Leonard, & Mobbs, 2002). Attitudes about taxes encompass opinions, knowledge, interpretations, and myths about taxes and the nation state and are seen to determine tax behavior. Especially, self-employed taxpayers hold negative attitudes towards taxes and associate constrain of personal freedom, unfairness, complex laws, or bureaucracy with taxes (Kirchler, 1998).

Personal and social norms on tax compliance are argued to belong to the most important determinants of tax compliance (Wenzel, 2003). Personal norms are internalized morals and constitute a stable personality factor. Taxpayers with a high personal norm of honest taxpaying are more compliant than other taxpayers (Schmolders, 1966; Wenzel, 2004). Social norms are defined through the frequency or acceptability of a specific behavior in the social environment (e.g., family, friends) of a taxpayer. Taxpayers who hold the opinion that tax evasion is depreciated in their social environment are more compliant than taxpayers who

think that tax evasion is accepted in their social environment (Frey & Torgler, 2007; Wenzel, 2004).

Fairness and justice considerations also seem to play a crucial role in the decision of taxpaying (Kirchler, 1998; Taylor, 2003). Distributive, procedural and retributive justice can be distinguished (Wenzel, 2003). Distributive justice refers to the perceived fairness of the distribution of cost among a social unit. Procedural fairness is defined as the perceived possibility of a taxpayer to participate in the process of resource allocation and distribution. Retributive justice is given if the sanctions and reactions to those breaking the rules and norms are perceived as fair (Wenzel, 2003). In particular, procedural fairness seems to be important for trust in the tax authorities and positive attitudes towards the nation state (Tyler, 2001). Experimental studies indicate that the possibility to vote on the tax rate increases tax compliance (Feld & Tyran, 2002; Wahl, Muehlbacher, & Kirchler, 2010). Field studies in Switzerland also show a positive impact of participation on tax compliance (Pommerehne & Weck-Hannemann, 1996).

Braithwaite (2003a) postulates that the different attitudes, beliefs and experiences of taxpayers lead to different motivations to comply. Five motivational postures can be distinguished: Commitment, capitulation, resistance, disengagement, and game-playing. Commitment and capitulation are motivational postures of deference and constitute an overall positive attitude towards taxpaying. In contrast, resistance, disengagement, and game-playing are motivational postures of defiance and describe an overall negative attitude towards paying taxes (Braithwaite, 2003a). Depending on the motivational posture of a taxpayer, the tax authorities are supposed to apply different strategies to treat taxpayers. If dealing with intended and repeated tax evasion, i.e., interacting with taxpayers holding motivational postures of defiance, tax compliance has to be enforced with strict audits and fines. In contrast, tax authorities need to educate, assist and support those taxpayers who are committed and cooperative, i.e., interacting with taxpayers holding motivational postures of deference (Braithwaite, 2003a, 2003b).

Empirical evidence backs up the SSF that economic and psychological approaches need to be applied for fostering honest tax payments.

### *2.3 Empirical evidence on the Slippery Slope Framework*

Empirical evidence mainly based on survey and experimental data supports the assumptions of the SSF (Kirchler & Wahl, 2010; Kogler et

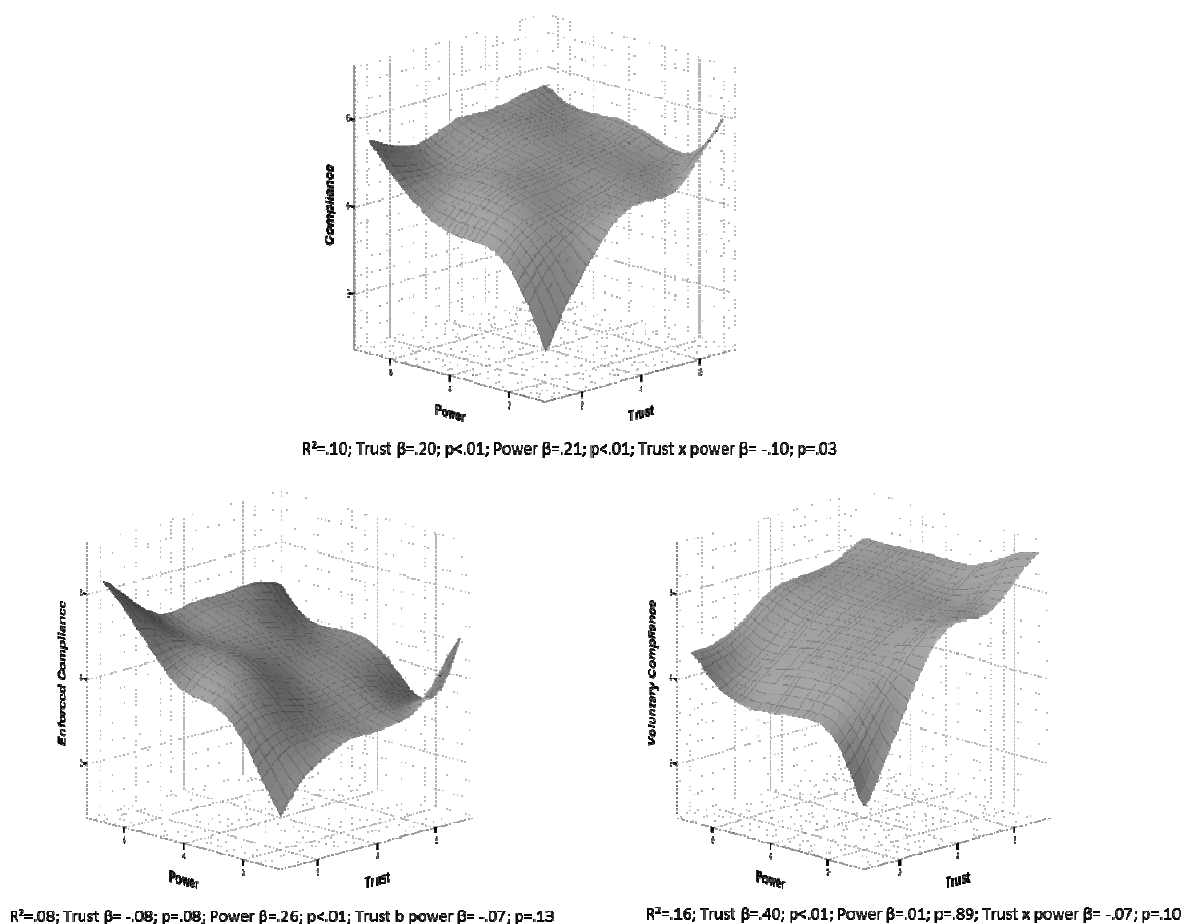
al., submitted; Muehlbacher & Kirchler, 2010; Muehlbacher, Kirchler, & Schwarzenberger, 2011; Wahl, Kastlunger, & Kirchler, 2010). Perceived power of authorities determines enforced compliance, and trust in authorities induces trust in authorities.

Survey data of a representative sample of 476 Austrian self-employed taxpayers revealed that power and trust are related to tax compliance, i.e., the mean out of the measures for enforced and voluntary tax compliance (Figure 2, top graph; Muehlbacher & Kirchler, 2010). Respondents indicate on four scales the extent of perceived power of Austrian authorities (example item: «The tax authorities fight tax crime in Austria efficiently.»), the extent of trust in Austrian authorities (example item: «The Austrian tax authorities are trustworthy.»), the extent of their enforced compliance (example item: «I pay my taxes because the risk of an audit is too high.»), and the extent of their voluntary cooperation (example item: «For me it is self-evident to pay my taxes.»). The higher perceived power of authorities or the higher trust in authorities the more participants indicate that they comply with tax law. In case perceived power and trust are low also intended tax compliance is low. As assumed, with the decline of perceived power and the decline of trust tax compliance is also decreasing along the slippery slope. It has to be noted that although the SSF presumes maximums and minimums of perceived power and trust, empirical data does not exhibit these extremes. These maximums and minimums are only theoretical extremes.

Additionally, results from the same representative sample of Austrian self-employed taxpayers also reveal that power increases enforced compliance whereas trust increases voluntary cooperation (Kogler, Muehlbacher, & Kirchler, 2011). The higher perceived power of authorities the higher taxpayers rate enforced compliance (Figure 2, left bottom graph), whereby trust is to a lesser extent related to enforced compliance. On the contrary, the higher trust in authorities is the higher respondents indicate voluntary cooperation (Figure 2, right bottom graph), while the impact of perceived power is of marginal effect. Thus, survey data from Austrian self-employed taxpayers confirms the SSF assumptions regarding the relations of perceived power and enforced compliance and trust and voluntary cooperation.

In a European survey with 3,071 participants from Austria, the United Kingdom, and the Czech Republic, these findings are supported. Using again the respective scales for perceived power of authorities, trust in authorities, enforced compliance and voluntary cooperation, re-

sults could not only be replicated in Austria but also in the United Kingdom and the Czech Republic. Again, enforced compliance primarily is affected through perceived power whereas voluntary cooperation depends primarily on trust (Muehlbacher, et al., 2011).



**Figure 2. Power and trust on tax compliance, enforced compliance and voluntary compliance (Muehlbacher & Kirchler, 2010, p.609, top graphs; Kogler et al., 2011, bottom graphs)**

Additionally, the results from this European sample reveal that perceived power of authorities and trust in authorities jointly positively influence voluntary compliance (Muehlbacher, et al., 2011), although the influence of power is rather low ( $\beta=.059$ ,  $p<.001$ ; trust  $\beta=.293$ ,  $p<.001$ ). Nevertheless, there is a small interaction effect of power and trust on voluntary cooperation ( $\beta=.045$ ,  $p<.01$ ). Regarding enforced compliance, perceived power has – as predicted – a positive influence ( $\beta=.312$ ,  $p<.001$ ) but trust ( $\beta=-.190$ ,  $p<.001$ ) decreases enforced compliance. There is no significant interaction effect of perceived power and trust on enforced compliance. Thus besides supporting the SSF, this extensive

study indicates a small interaction effect of perceived power and trust on tax compliance.

The distinction between different qualities of tax compliance, namely enforced compliance and voluntary cooperation, is also confirmed by another survey of 300 Austrian self-employed taxpayers (Kirchler & Wahl, 2010). In this survey scales for the constructs enforced compliance (example item «When I pay my taxes as required by the regulations, I do so because the punishments for tax evasion are very severe.»), voluntary cooperation (example item «When I pay my taxes as required by the regulations, I do so to support the state and other citizens.»), tax avoidance, and tax evasion are developed. The survey endorses two independent scales (i.e., enforced compliance and voluntary cooperation) that assess two different motivations determining tax behavior.

For external validity of the scales, questionnaire data of the constructs is related to experimental tax behavior in a study with 60 Austrian students (Kirchler & Wahl, 2010). For experimental tax behavior participants had to file taxes in 20 periods of a tax experiment with 20% of income having to be filed as taxes and an audit probability of 15%. Participants are paid according to their performance in the experiment. In line with the SSF assumptions the results show that voluntary cooperation is related positively to the average tax payments of the 20 periods and is related negatively to the frequency of filing no taxes. Regarding enforced compliance SSF assumptions are not met, there is no significant positive relation of enforced tax compliance with the average tax payments as well as a negative relation with the frequency of filing no taxes.

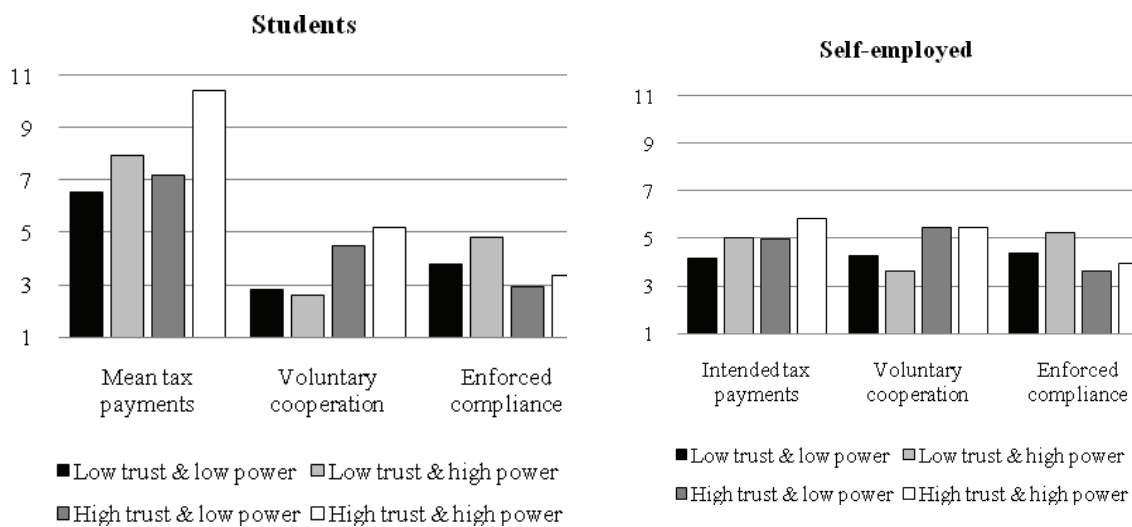
Hence, besides survey data also experiments bolster the assumptions of the SSF (Kogler, et al., submitted; Wahl, Kastlunger, et al., 2010). By manipulating high and low power of authorities and authorities' trustworthiness (2x2 between-subjects design: power vs. trustworthiness, high vs. low) the main assumption of the SSF that perceived power of authorities is positive related to enforced compliance and that trust in authorities is positively connected to voluntary cooperation is approximately assessed (Wahl, Kastlunger, et al., 2010). In a laboratory study with 120 students and in an experimental survey with 127 self-employed taxpayers participants have to imagine themselves as inhabitants of a fictitious country where they have to file taxes. Based on the manipulation each participant receives a description of this country (e.g., «The prosecution of tax evaders is [not] very effective. ... The government enjoys a [bad] good reputation in the population.»), either

describing the country (a) as holding high power and being trustworthy, or (b) as holding low power and being trustworthy, or (c) as holding high power and being untrustworthy, or (d) as holding low power and being untrustworthy. It is shown that country descriptions correlate with the perception of the power of authorities and the trust in authorities. While participants in the laboratory experiment have to file taxes (40% of income 3,500; 10% percent audit probability) in 20 periods and are paid according to their performance in the experiment, respondents of the experimental questionnaire indicate their intended tax compliance once and do not receive compensation for their participation.

Results of both experiments (Wahl, Kastlunger, et al., 2010) reveal that power is positively related to enforced compliance (Figure 3). Nevertheless, there is an interaction effect of trust and power on enforced compliance; in the conditions of trustworthy and powerless authorities and of trustworthy and powerful authorities enforced compliance is the lowest. For voluntary cooperation similar results are found, trust is positively related to voluntary cooperation, but again an interaction between power and trust is active. In the conditions of trustworthy and powerful authorities voluntary cooperation is significantly higher than in the other conditions. (Intended) tax payments are positively related to power and also trust of authorities, whereby payments are highest in the condition of trustworthy and powerful authorities and lowest in the condition of untrustworthy and powerless authorities. These findings are in line with the SSF, except that in the SSF it is assumed that the combination of high perceived power of authorities and high trust in authorities lead to the same extent of tax payments as solely high perceived power or solely high trust. Regarding this assumptions the results contradict the SSF, as in the condition of trustworthy and powerful authorities (intended) tax payment exceed (intended) tax payments in other conditions.

These findings are supported in a cross-cultural context with samples of 329 Austrian, 280 Hungarian, 400 Romanian, and 342 Russian students (Kogler, et al., submitted). Again participants imagined living in a fictitious country where they have to file taxes. Similar to the earlier study with the sample of self-employed taxpayers (Wahl, Kastlunger, et al., 2010) power of authorities and trustworthiness of authorities are manipulated in a 2x2 between-subjects design (power vs. trustworthiness, low vs. high). Based on this information participants indicate their intended tax payment, enforced compliance, and voluntary cooperation on a paper questionnaire.





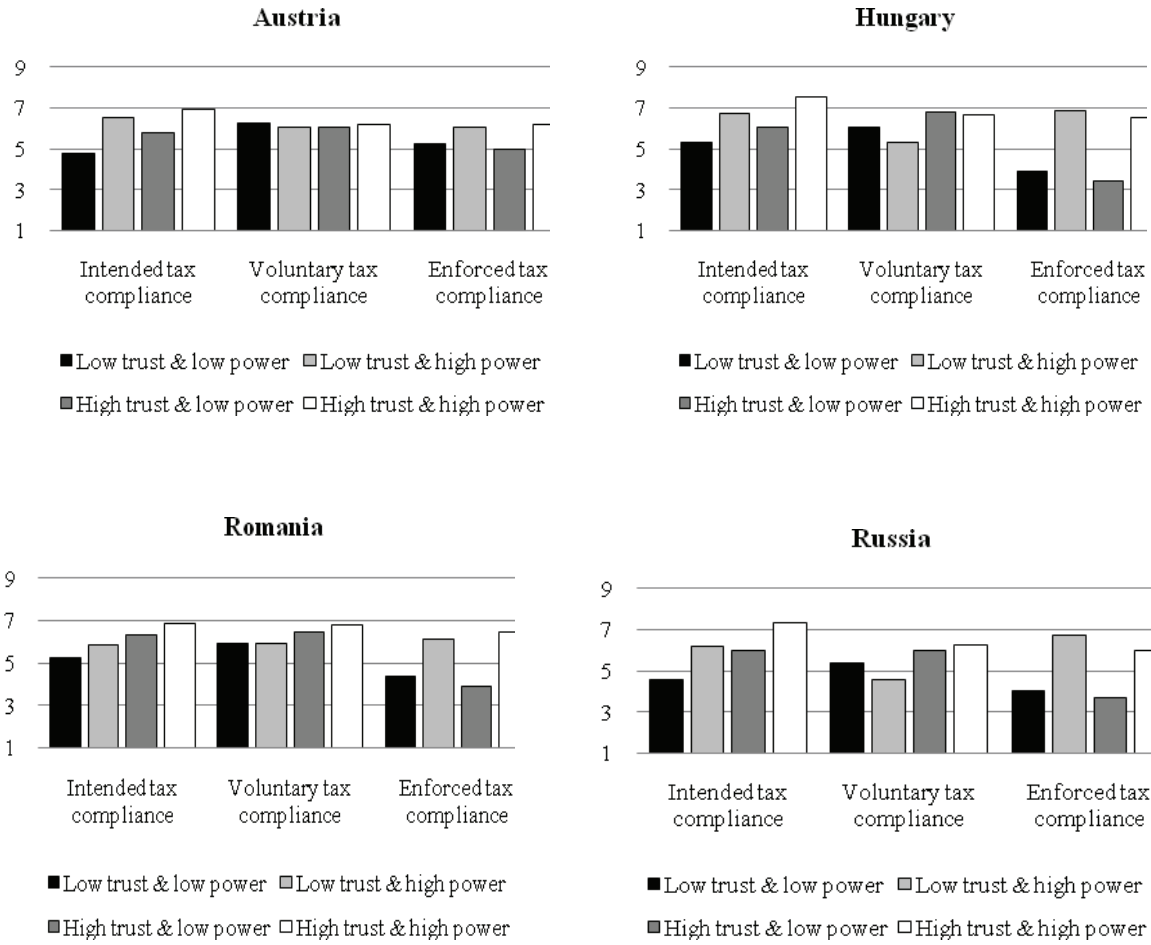
**Figure 3. The impact of power of authorities and trustworthiness of authorities on tax payments, enforced compliance, and voluntary cooperation (Wahl, Kastlunger, et al., 2010)**

*Note:* Mean tax payments are indicated in 100 experimental currency units. Intended tax payments, voluntary cooperation and enforced compliance are assessed with statements on a 7-point Likert scale (1=strongly disagree, 7=strongly agree).

Results of the experimental questionnaire (Kogler, et al., submitted) show that power of authorities is positively related to enforced compliance (Figure 4). No interaction effect between power and trust is observed. Again there is a positive relation between power and voluntary cooperation. This time an interaction effect of power and trust is found; high power leads to even lower voluntary cooperation in the untrustworthy condition. In regard of intended tax payments there are main effects of power and trust. In conditions of powerful and/or trustworthy authorities intended tax payments are higher than in conditions with powerless and/or untrustworthy authorities. This corresponds with assumptions in the SSF, but similarly to the earlier studies (Wahl, Kastlunger, et al., 2010) intended tax payments in the powerful and trustworthy condition are higher than in all other conditions. There are some differences between countries regarding levels of constructs, e.g., Russian students showed lower levels of voluntary cooperation than the students from the other countries, which might be based on Russia's low extent of trust in authorities, but no major differences. Although in general the SSF is supported in all countries, results on intended tax payments contradict expectations based on the SSF.

The SSF is not only supported by survey and experimental data it is also endorsed by aggregated data from political and sociocultural statistical values (Ruiu & Lisi, 2011), but also by data collected in contexts dif-

ferent to tax compliance situations (Wahl, Endres, Kirchler, & Böck, 2011). Applying data gathered for the World Values Survey (World Values Survey Association, 2009), it is shown that power and trust relate negatively to tax non-compliance (Ruiu & Lisi, 2011), which is in line with SSF assumptions. Also, for fare dodging using public transportation, a behavior similar to tax evasion, the SSF is confirmed (Wahl, et al., 2011). Passengers of the public transportation company report feelings of enforced compliance, in case they perceive high power from the company. On the contrary they cooperate voluntarily if they trust in the company. Again, this survey confirms the central assumptions of the SSF.



**Figure 4. The impact of power of authorities and trustworthiness of authorities on intended tax payments, enforced compliance, and voluntary cooperation for the Austrian, Hungarian, Romanian, and Russian samples (Kogler, et al., submitted).**

*Note:* Intended tax payments, voluntary cooperation and enforced compliance are assessed with statements on a 9-point Likert scale (1=strongly disagree, 9=strongly agree).

### ***3. Discussion.***

Empirical results generally validate the assumptions of the SSF and raise new questions for future research. While perceived power of authorities determines enforced compliance, and trust in authorities leads to voluntary compliance, experimental results (Kogler, et al., submitted; Wahl, Kastlunger, et al., 2010) propose an additive effect of power and trust on tax compliance indicating a positive dynamic between power and trust that was not postulated in the SSF. Therefore, based on these findings the SSF is in need of an extension to integrate them.

In general, the dynamic between power and trust is relevant in various fields. In the organizational context power as well as trust in leaders are important prerequisites of organizational commitment; in inter-organizational relationships, the power of interacting partners and mutual trust are essential for cooperation (e.g., Adler, 2001; Bachmann, 2001; Bijlsma-Frankema & Costa, 2005; Blundell-Wignall, Atkinson, & Lee, 2008; Carlin, Dorobantu, & Viswanathan, 2009; Das & Teng, 1998; Dekker, 2004; Ireland & Webb, 2007; Kumlin & Rothstein, 2005; Möllering, 2005; Nooteboom, 2002; Öberg & Svensson, 2010).

The theoretical conceptualization and the empirical evidence for the dynamics between power and trust are inconsistent, which suggests that there is both a fostering as well as an eroding influence of power on trust and vice versa (Bijlsma-Frankema & Costa, 2005; Castelfranchi & Falcone, 2010; Gambetta, 2000; Kirchler, et al., 2008; Mulder, van Dijk, De Cremer, & Wilke, 2006; Nooteboom, 2002). This inconsistency seems to originate from various definitions and from different operationalizations of power and trust. To overcome this inconsistency it can be distinguished between different qualities of power and trust: coercive and legitimate power, and reason-based and implicit trust.

Coercive power, i.e. coercive and reward power as conceptualized by French and Raven (1959), is based on the expectations of the influenced person that this person might be punished or rewarded, respectively, if the person does not or does change her/his behavior according to the influence attempts of the powerful entity. Legitimate power can be wielded by legitimacy based e.g., on rightful election (legitimate power), by knowledge, ability and skills (expert power), by identification (referent power), and by the provision of information (information power; French & Raven, 1959; Raven, 1992, 1993). Thus, coercive power is wielded through costs and benefits for the influenced persons and combines forms of power that are based on authorities' force towards taxpayers, while le-

gitimate power is wielded through beliefs and experiences regarding the interaction of the influencing entity and the influenced person.

Reason-based trust regards the notion that individuals rationally decide to trust another person as based on four aspects (Castelfranchi & Falcone, 2010): whether the trustor has the same goals as the trustee, whether the trustor depends on the trustee, whether the trustee is perceived as competent, willing and harmless, and whether there are external conditions that foster or hinder the achievement of the goal. Implicit trust is an automatic, unintentional and unconscious reaction to a stimulus (Castelfranchi & Falcone, 2010). The automatic reaction originates from associative and conditioned learning processes. If trusting behavior is reinforced under certain circumstances, a similar circumstance will serve as a stimulus to trust (Luhmann, 2000; Misztal, 1996; Welch et al., 2005). Social identity shared by the trustor and the trustee often works as a stimulus, activating social norms and practices and subsequent trust. Trust is especially high where stimuli activate a shared identity like family, employers or home countries (McAllister, 1995). Therefore, reason-based trust is related to rational considerations while implicit trust is emotional and automatic.

The SSF is extended by these two qualities of power and two qualities of trust to incorporate the interaction effect of power and trust (Gangl, Hofmann, Pollai, & Kirchler, 2011). This distinction leads to an additional climate between authorities and taxpayer and subsequently to a third form of tax compliance or cooperation, respectively (Figure 5). Similar to the original SSF, in the extended Slippery Slope Framework (eSSF) perceived coercive power of authorities induces an antagonistic climate of a “cops and robbers” attitude that fosters enforced compliance. Different to the original SSF, perceived legitimate power of authorities as well as reason-based trust in authorities foster a service climate in which taxpayers feel as customers of the authorities and cooperate voluntarily with them. Implicit trust in authorities establishes a confidence climate of mutual trust between authorities and taxpayers, in which taxpayers are committed to pay their fair share of taxes and feel the obligation to do so.

Theoretically the three different climates are in line with the three paradigms to regulate tax behavior, i.e., enforcement, service, and trust (Alm & Torgler, 2011). In an antagonistic climate there is a large social distance between authorities and taxpayers, it is characterized by mutual mistrust and resentments (Gangl, et al., 2011). Taxpayers rationally

weigh the costs and benefits of evading taxes. In a service climate the approach changes to «service and client»-attitudes. Taxpayers and authorities work together according to specified rules and standards. Accepting authorities' position and respecting their goals, taxpayers pay their taxes voluntarily. In the confidence climate attitudes of mutual trust prevail. Authorities work for the good of the community, and taxpayers reciprocate by contributing due to obligation as members of this community. According to the predominant interaction climate different forms of compliance or cooperation are induced.

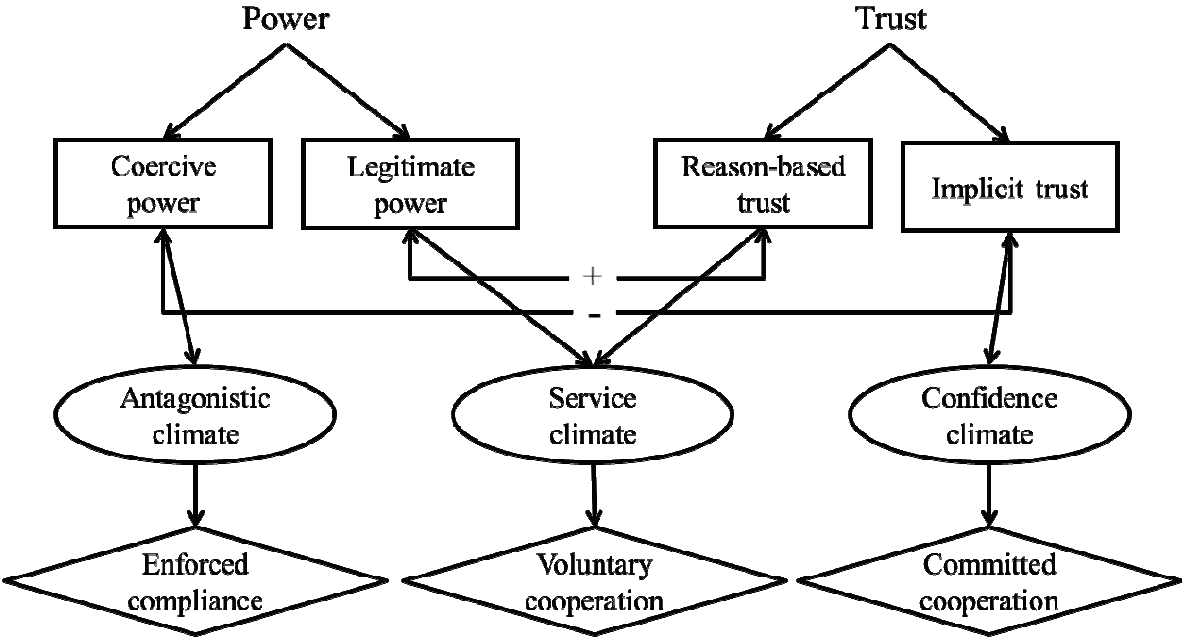


Figure 5. Extended Slippery Slope Framework (Gangl, et al., 2011).

The enforced compliance in the eSSF corresponds with enforced compliance in the SSF. Taxpayers think that authorities' main motivation is to discover tax evaders believing that all taxpayers are potential criminals, therefore taxpayers think that they need to defend themselves and hide from the authorities. Voluntary cooperation in the eSSF differs from voluntary cooperation in the SSF. Taxpayers contribute their fair share of taxes, because they feel supported by the authorities and appreciate their fair and understanding procedures towards them. Committed cooperation goes a step further; taxpayers perceive filing taxes as their duty as citizens and as the right thing to do. They take on the responsibility to pay their fair share and believe that paying taxes benefits all citizens (Gangl, et al., 2011). Thus, depending on perceived tax climates individual taxpayers hold different motivations to pay taxes.

Although the SSF is confirmed empirically, the eSSF is still in need of validation. The development of an inventory to assess the different constructs within the model is one task that has to be undertaken. Additionally, the model requires confirmation from qualitative and quantitative data elucidating the impact of the two qualities of power and of trust, and the assumed relations between the constructs. A multi-method approach applying interviews, focus groups, questionnaires, experiments, etc. to investigate lay people, taxpayers, self-employed persons, mediators, such as tax advisors, authority representatives and other stakeholders in the tax context is essential for model confirmation. The established model allows for practical recommendation of the stakeholders.

Due to the eSSF comprehensiveness, the eSSF is an appropriate model to deduce practical implications. For instance, the different motivations underlying tax behavior, i.e., enforced compliance, voluntary cooperation, and committed cooperation, can be met with specific measures to increase tax revenues by authorities, i.e., applying different treatments to individual taxpayers based on their motivations to pay taxes in line with Braithwaite's suggestions (2003a). The practical application of the eSSF is even more beneficial considering the tax climate levels. For authorities it is essential to recognize how to change from one climate into another. From a societal as well as economical point of view it pays off to transform relationships between authorities and taxpayers from a costly antagonistic climate, through a bureaucratic service climate to a low cost confidence climate. For starting the transformation in the antagonistic climate coercive power needs to be reduced and legitimate power increased (Nooteboom, 2002), which can be undertaken by becoming more consumer-friendly and service-oriented. Such legitimate power induces reason-based trust so that in the end a service climate prevails. The second step of transformation from a service climate to a confidence climate comes with routine. Initially trust is established through rational thinking in the service climate, but overtime it becomes automated based on repeated positive interactions between authorities and taxpayers (Castelfranchi & Falcone, 2010; Dekker, 2004; Nooteboom, 2002). Unfortunately, the confidence climate can be unhinged easily, e.g., by the emergence of suspicion, i.e., through the evident introduction of legitimate or even worse coercive power mechanisms that violate expectations of taxpayers and exploit their vulnerability (Kramer, 1999; Nooteboom, 2002). Thus, the eSSF offers several essential starting points for authorities to treat taxpayers accord-

ing to their motivations and show how transformation from one tax climate to another is possible.

Coming back to the question of the Russian civil servant, «How do you go from a situation such as Russia's today to the situation which exists in Sweden?» (Rothstein, 2000, p.479), the SFF and the eSSF present how political atmospheres can be changed. As a first step the development of a service climate is crucial, in which politicians and other officials perceive themselves as service oriented helping citizens to behave lawful and for the benefit of the community. If this is achieved, in a second step gradually the taxpayers start to trust authorities automatically and a confidence climate is established. Certainly these steps will take not a few years but decades to show results, but from a societal and an economical point of view they are worth a try to establish a «Swedish situation».

### **References**

Adler, P. S. (2001). Market, hierarchy, and trust: The knowledge economy and the future of capitalism. *Organization Science*, 12(2), 215-234.

Allingham, M. G., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1, 323-338.

Alm, J., Cherry, T., Jones, M., & McKee, M. (2010). Taxpayer information assistance services and tax compliance behavior. *Journal of Economic Psychology*, 31, 577-586.

Alm, J., & Torgler, B. (2011). Do ethics matter? Tax compliance and morality. *Journal of Business Ethics*, 101, 635-651.

Andreoni, J., Erard, B., & Feinstein, J. (1998). Tax compliance. *Journal of Economic Literature*, 36, 818-860.

Bachmann, R. (2001). Trust, power and control in trans-organizational relations. *Organization Studies*, 22(2), 337-365.

Becker, G. S. (1968). Crime and punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy*, 76, 169-217.

Bijlsma-Frankema, K., & Costa, A. C. (2005). Understanding the trust-control nexus. *International Sociology*, 20(3), 259-282.

Blackwell, C. (2002). *A meta-analysis of tax compliance experiments*. Paper presented at the Andrew Young School of Policy Studies, Annual Conference on Public Finance Issues.

Blundell-Wignall, A., Atkinson, A., & Lee, S. H. (2008). The current financial crisis: Causes and policy issues. Retrieved 2011 May, 03 from OECD [http://web.xrh.unipi.gr/attachments/136\\_370\\_oecd.pdf](http://web.xrh.unipi.gr/attachments/136_370_oecd.pdf)

Braithwaite, V. (2003a). Dancing with tax authorities: Motivational postures and non-compliance actors. In V. Braithwaite (Ed.), *Taxing Democracy. Understanding Tax Avoidance and Tax Evasion* (pp. 15-39). Hants, UK: Ashgate.

Braithwaite, V. (2003b). A new approach to tax compliance. In V. Braithwaite (Ed.), *Taxing Democracy. Understanding Tax Avoidance and Tax Evasion* (pp. 1–11). Aldershot: Ashgate.

Carlin, B. I., Dorobantu, F., & Viswanathan, S. (2009). Public trust, the law, and financial investment. *Journal of Financial Economics*, 92(3), 321–341.

Castelfranchi, C., & Falcone, R. (2010). *Trust Theory: A Socio-Cognitive and Computational Model*. West Sussex: Wiley.

Das, T. K., & Teng, B.-S. (1998). Between trust and control: Developing confidence in partner cooperation in alliances. *Academy of Management Review*, 23, 491–512.

Dekker, H. C. (2004). Control of inter-organizational relationships: Evidence on appropriate concerns and coordination requirements. *Accounting, Organizations and Society*, 29(1), 27–49.

Feld, L. P., & Frey, B. S. (2007). Tax compliance as the result of a psychological tax contract: The role of incentives and responsive regulation. *Law & Policy*, 29(1), 102–120.

Feld, L. P., & Tyran, J.-R. (2002). Tax evasion and voting: An experimental analysis. *Kyklos*, 55(2), 197–221.

Fischer, C. M., Wartick, M., & Mark, M. M. (1992). Detection probability and taxpayer compliance: A review of the literature. *Journal of Accounting Literature*, 11, 1–46.

French, J. R., & Raven, B. (1959). The bases of social power. In D. Cartwright (Ed.), *Studies in Social Power* (pp. 150–167). Ann Arbor: University of Michigan.

Frey, B. S., & Torgler, B. (2007). Tax moral and conditional cooperation. *Journal of Comparative Economics*, 35, 136–159.

Gambetta, D. (2000). Can we trust trust. In D. Gambetta (Ed.), *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations* (pp. 213–237). Oxford: Department of Sociology University of Oxford.

Gangl, K., Hofmann, E., Pollai, M., & Kirchler, E. (2011). *Managing tax climates: The interaction of power and trust in the "Slippery Slope Framework"* Paper presented at the IAREP/SABE/ICABEEP conference, Exeter, UK.

Guala, F., & Mittone, L. (2005). Experiments in economics: External validity and robustness of phenomena. *Journal of Economic Methodology*, 12(4), 495–515.

Hammer, H., Jagers, S. C., & Nordblom, K. (2009). Perceived tax evasion and the importance of trust. *Journal of Social-Economics*, 38, 238–245.

Ireland, R. D., & Webb, J. W. (2007). A multi-theoretic perspective on trust and power in strategic supply chains. *Journal of Operations Management*, 25(2), 482–497.

Kirchler, E. (1998). Differential representations of taxes: Analysis of free associations and judgments of five employment groups. *Journal of Socio-Economics*, 27(1), 117–131.

Kirchler, E. (2007). *The Economic Psychology of Tax Behaviour*. Cambridge: University Press.



Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The "slippery slope" framework. *Journal of Economic Psychology*, 29, 210–225.

Kirchler, E., & Wahl, I. (2010). Tax compliance inventory TAX-I: Designing an inventory for surveys of tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 31, 331–346.

Kogler, C., Batrancea, L., Nichita, A., Pántya, J., Belianin, A., & Kirchler, E. (submitted). Trust and power as determinants of tax compliance: Testing the assumptions of the slippery slope framework in Austria, Hungary, Romania and Russia.

Kogler, C., Muehlbacher, S., & Kirchler, E. (2011). *An empirical testing of the slippery-slope-framework: The role of trust and power in explaining tax compliance*. Paper presented at the Shadow Economy, Money laundering and Tax Evasion Conference, Muenster, Germany.

Kramer, R. M. (1999). Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions. *Annual Review of Psychology*, 50(1), 569-598.

Kumlin, S., & Rothstein, B. (2005). Making and breaking social capital: The impact of welfare-state institutions. *Comparative Political Studies*, 38, 339-365.

Lewis, A. (1978). Perception of tax rates. *British Tax Review*, 6, 358-366.

Luhmann, N. (Ed.). (2000). *Vertrauen: Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*. Stuttgart: Lucius & Lucius.

McAllister, D. J. (1995). Affect- and cognition-based trust as foundations of interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Review*, 38(1), 24-59.

Misztal, B. A. (1996). *Trust in Modern Societies*. Cambridge, UK: Polity Press.

Möllering, G. (2005). The trust/control duality. *International Sociology*, 20(3), 283–305.

Muehlbacher, S., & Kirchler, E. (2010). Tax compliance by trust and power of authorities. *International Economic Journal*, 24(4), 607-610.

Muehlbacher, S., Kirchler, E., & Schwarzenberger, H. (2011). Voluntary versus enforced tax compliance: Empirical evidence for the "slippery slope" framework. *European Journal of Law and Economics*, 32(1), 89-97.

Mulder, L. B., van Dijk, E., De Cremer, D., & Wilke, H. A. M. (2006). Undermining trust and cooperation: The paradox of sanctioning systems in social dilemmas. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, 147-162.

Niemirowski, P., Wearing, A. J., Baldwin, S., Leonard, B., & Mobbs, C. (2002). *The Influence of Tax Related Behaviours, Beliefs, Attitudes and Values on Australian Taxpayer Compliance. Is Tax Avoidance Intentional and How Serious an Offence is it?* Sydney: University of New South Wales.

Nooteboom, B. (2002). *Trust: Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures*. Cheltenham: Edward Elgar.

Öberg, P., & Svensson, T. (2010). Does power drive out trust? Relations between labour market actors in Sweden. *Political Studies*, 58(2), 143–166.

Pommerehne, W. W., & Weck-Hannemann, H. (1996). Tax rates, tax administration and income tax evasion in Switzerland. *Public Choice*, 88, 161–170.

- Raven, B. H. (1992). A power/interaction model of interpersonal influence. *Journal of Social Behavior and Personality*, 7(2), 217-244.
- Raven, B. H. (1993). The bases of power: Origins and recent developments. *Journal of Social Issues*, 49(4), 227-251.
- Rothstein, B. (2000). Trust, social dilemmas and collective memories. *Journal of Theoretical Politics*, 12, 477-501.
- Ruiu, G., & Lisi, G. (2011). *Tax morale, slippery-slope framework and tax compliance: A cross-section analysis*. Universitas Casinas Studiorum, Working Papers. Dipartimento die Scienze Economiche. Retrieved from <http://dipse.unicas.it/files/wp201105.pdf>
- Schmölders, G. (1966). *Psychologie des Geldes*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Srinivasan, T. N. (1973). Tax evasion: A model. *Journal of Public Economics*, 2(4), 339-346.
- Taylor, N. (2003). Understanding taxpayer attitudes through understanding taxpayer identities. In V. Braithwaite (Ed.), *Taxing Democracy. Understanding Tax Avoidance and Evasion* (p. 71–92). Aldershot: Ashgate.
- Torgler, B. (2003). Tax morale, rule-governed behaviour and trust. *Constitutional Political Economy*, 14, 119-140.
- Tyler, T. R. (2001). Public trust and confidence in legal authorities: What do majority and minority group members want from the law and legal institutions? *Behavioral Sciences and the Law*, 19(2), 215-235.
- Wahl, I., Endres, M., Kirchler, E., & Böck, B. (2011). Freiwillige und erzwungene Kooperation in sozialen Dilemmata: Das Slippery Slope Modell im öffentlichen Verkehr. *Wirtschaftspsychologie*, 1, 87-100.
- Wahl, I., Kastlunger, B., & Kirchler, E. (2010). Trust in authorities and power to enforce tax compliance: An empirical analysis of the “Slippery Slope Framework”. *Law & Policy*, 32, 383–406.
- Wahl, I., Muehlbacher, S., & Kirchler, E. (2010). The impact of voting on tax payments. *Kyklos*, 63(1), 144-158.
- Welch, M. R., Rivera, R. E. N., Conway, B. P., Yonkoski, J., Lupton, P. M., & Giancola, R. (2005). Determinants and consequences of social trust. *Sociological Inquiry*, 75(4), 453–473.
- Wenzel, M. (2003). Tax compliance and the psychology of justice: Mapping the field. In V. Braithwaite (Ed.), *Taxing Democracy: Understanding Tax Avoidance and Tax Evasion* (p. 41–69). Aldershot: Ashgate.
- Wenzel, M. (2004). An analysis of norm processes in tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 25, 213–228.
- World Values Survey Association. (2009). World Values Survey 1981–2008 official aggregate v.20090901. In ASEP/JDS (Ed.). Madrid.

# ОТ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ К ДОБРОПОРЯДОЧНЫМ ГРАЖДАНАМ ПРАКТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ И ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ МЯГКОГО УКЛОНЕНИЯ ОТ НАЛОГОВ

*Эрих Кишлер, Ева Хофман, Катарина Гангл  
(Вена, Австрия)*

## **Аннотация.**

*По утверждению чиновников, российские налогоплательщики оправдывают собственное уклонение от уплаты налогов уклонением других членов общества и коррумпированной бюрократией в стране. В таких странах как Швеция наблюдается высокий уровень законопослушного налогового поведения, связанный с высоким уровнем доверия. Возникает вопрос, как преодолеть уклонение от уплаты налогов в России? Основываясь на концепции мягкого уклонения от налогов (Slippery Slope Framework) были рассмотрены возможные властные меры по сбору налогов, например, влияние соотношения силы власти и доверия к власти на синергический и антагонистический налоговый климат, добровольное налоговое взаимодействие и принуждение к соблюдению налогового законодательства. В статье представлена не только теоретическая модель, но и ее эмпирическое подтверждение. Представленная модель демонстрирует, как недобросовестные налогоплательщики могут стать порядочными гражданами.*

**Ключевые слова:** *власть, доверие, налоговое поведение, мягкое уклонение от налогов.*

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ СУБЪЕКТА ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА

**Д.А. Китова**  
(Черкесск, Россия)

## **Аннотация**

*В статье поднимаются вопросы экономической социализации личности. Автор подчеркивает, что личность вносит в профессиональную деятельность нечто свойственное именно ей. Личностные особенности людей проявляются в управлении экономикой, в политике и искусстве. В статье отмечается, что переход к рыночной экономике в России, начатой в начале 90-х годов прошлого века, привел к развитию новых форм собственности и отношений, к которым основная масса россиян оказалась не готова. Автор говорит о личностно-ориентированном предпринимательстве, которое доступно только самоактуализированной личности, преодолевшей экономическую зависимость и реализующей свой творческий потенциал, а не только стремление к обогащению. Автор иллюстрирует свою точку зрения на примере исследования студентов экономических ВУЗов.*

**Ключевые слова:** *экономическая социализация личности, обыденное сознание, субъект жизнедеятельности, общественные отношения, психология потребностей, предметность деятельности, отношения собственности, психологическая адаптация, самоактуализирующаяся личность, психологическая готовность к предпринимательской деятельности.*

Коренные социально-экономические изменения, происходящие на современном этапе развития российского общества, порождают повсеместный интерес населения к осмыслению проблем экономической социализации личности. Сложность заключается в том, что на уровне обыденного сознания трудно понять причины возникающих экономических проблем, раскрыть психологические механизмы достижения экономического благополучия, решения насущных социальных проблем жизнедеятельности личности и общества, что обуславливает необходимость исследования экономико-психологических проблем субъекта жизнедеятельности (Китова, Хубиева, 2009).

Проблема субъекта жизнедеятельности в психологическом смысле обнаруживает себя как процесс и результат объективации значимых для данной деятельности личностных характеристик субъекта в результатах его деятельности. В самом деле, чтобы убе-

даться в том, что личность вносит в профессиональную деятельность нечто свойственное именно ей, достаточно сопоставить личностные профили известных политических деятелей, экономистов, художников и писателей. В частной жизни личность также объективирует в продуктах жизнедеятельности только ей одной присущие субъективные характеристики, которые наиболее ярко проявляют себя в уровне жизни человека, его социальных связях и статусе.

Сущность человека, точнее личности, есть, как известно, совокупность всех общественных отношений. Но никому из людей не дано в полном объеме непосредственно взаимодействовать со всеми без исключения общественными отношениями. Все связи, в которые вступает человек, опосредуются микросредой. Она образуется тесно взаимосвязанными и следующими друг за другом во времени жизненными ситуациями, в которых успевает пребывать человек за свою жизнь. Объективно жизненная ситуация – социально-экономическая ячейка общества, в которой реализуется жизнедеятельность человека. Субъективно – чувственно воспринимаемая человеком индивидуальная ниша обитания в обществе, стереоскопически высвеченная актуальными в данное время потребностями личности.

Экономическая жизнедеятельность есть разновидность деятельности личности со своими особыми (в смысле только ей присущими) характеристиками. Субъектная активность личности проявляется в стремлении выявить, оптимизировать и реализовать свой психический потенциал в избранной деятельности используя свои психологические ресурсы и сохранить достигнутый уровень как можно дольше.

В психологической науке экономическую деятельность следует рассматривать как специфическую разновидность деятельности, порождаемую потребностью личности в экономическом благополучии и характеризующуюся соответствующими особыми целями, мотивами, способами действий и результатом. Целью экономической деятельности личности является получение дохода, близкого к притязаниям индивида. Экономические мотивы представляют собой побуждения к обеспечению процессов удовлетворения физических и социальных потребностей индивида. Способы действий представлены экономическими операциями, с помощью которых осуществляется обретение, сохранение и умножение собственности. Результатом экономической деятельности личности

является уровень жизни, достаточный для удовлетворения потребностей индивида. Поскольку удовлетворение потребности порождает новую потребность, цикл активности замыкается на личности и вновь разворачивается в следующий вариант деятельности (Китова, Узденов, 2009).

Всякой деятельности, как известно, свойственна субъектность и предметность. Субъектом исследуемой нами деятельности является хозяйствующая личность, т.е. личность как участник экономической деятельности. Субъективность деятельности проявляется еще в том, что в структуре психологии личности функционирует специфическая потребность – потребность в удовлетворении потребности. Свидетельство существования двух разных по функциям потребностей в структуре психологии личности находим и у А.Н. Леонтьева: «В психологии потребностей, – писал он, – нужно с самого начала исходить из следующего капитального различия: различия потребности как внутреннего условия, как одной из обязательных предпосылок деятельности, и потребности как того, что направляет и регулирует конкретную деятельность субъекта в предметной среде» (Леонтьев, 1975, с. 87). Если следовать логике И.М. Сеченова, потребности сами по себе недостаточны для генерирования социальной активности личности по их удовлетворению, требуется еще осознание потребности, психологическое состояние неудовлетворенности соответствующего модуса (голода, угрозы жизни или собственности, одиночества, комплекса неполноценности и т.д.). Чтобы преодолеть эти психические состояния, требуется потребность иного качества, о которой говорил А.Н. Леонтьев, – потребность в организации соответствующей деятельности. Словом, потребность в деятельности как бы сопровождает все другие потребности, понимаемые как нужды, и является источником социальной активности личности.

Предметность как атрибут деятельности теоретически достаточно полно разработана в работах А.Н. Леонтьева и его учеников. Она рассматривается как основная, конституирующая характеристика деятельности. Проявляется это двояко: первично как объективно существующая реальность, подчиняющая себе и преобразующая деятельность субъекта; вторично – как образ предмета, как продукт психического отражения его (предмета) свойств, что осуществляется в результате деятельности субъекта и иначе осуществляться не может. «Специфика предметной определенности дея-

тельности – в том, что объекты внешнего мира не воздействуют на субъекта непосредственно, а лишь будучи преобразованными в процессе деятельности, благодаря чему достигаются большая адекватность их отражения в сознании» (Психологический словарь, 2003). При этом на одном полюсе объективируется личность, проявляет себя во вне, а на другом субъективируется предмет деятельности, обретает новое качество, вбирает в себя личностные характеристики объекта.

По аналогии можно считать, что в экономической деятельности личности (субъекта) в качестве предмета выступает уровень жизни, который может быть охарактеризован объективными параметрами (например, качество жилища, размер доходов и т.д.). Процесс преобразования уровня жизни и есть та деятельность, которая объективируется в личности и «субъективируется» в новом качестве уровня жизни, выбирая в себя личностные характеристики субъекта жизнедеятельности.

То обстоятельство, что предмет, так или иначе входит в состав деятельности, обязывает психолога исследовать не только психологический образ, который традиционно признан предметом психологической науки, но саму реальность, отраженную в этом образе. Иначе нет оснований говорить об адекватности психического отражения. Особенно важно это в междисциплинарных исследованиях. «Хочу я этого или не хочу, – пишет А.Н. Леонтьев в цитированной выше работе (Леонтьев, 1975, с.91), – соответствует это моим теоретическим взглядам или нет, я все же вынужден включить в предмет психологического исследования внешние предметные действия субъекта». Об этом приходится здесь говорить по той причине, что без анализа экономической деятельности, описываемой в терминах экономической науки, невозможно изучение психического образа этой деятельности.

Измерение внешних проявлений хозяйственной активности личности, ее богатства или бедности, оцениваемые деньгами, еще мало, что говорит о тех параметрах психологии личности, которые могут быть идеальными причинами материального благосостояния. Совокупность личностных характеристик, обеспечивающих экономическую успешность, представляют собой интегральное свойство личности. Полнота и профиль выраженности субъекта в результатах деятельности во многом зависит от того, насколько личность свободна в своих действиях (к примеру, в условиях командно-

административной системы проявить субъектность в экономической деятельности во всей его полноте не представлялось возможным). Переход к рыночной экономике, начатый в начале 90-х годов, привел к развитию новых форм собственности и отношений, к которым основная масса россиян оказалось неготовой – социальный опыт жизнедеятельности, сложившийся в годы Советской власти оказался непригодным для выживания в условиях рыночных отношений. Особенно остро выявила себя проблема психологической неготовности – люди, в свое время адаптировавшиеся к жестко ограниченному правам собственности, к чрезвычайно стесненным материальным условиям жизни, утратили потребность в проявлении хозяйственной инициативы, необходимой для повышения личного благосостояния. Одновременно с этим, государство и предприятия переложили бремя материального обеспечения личности на плечи самих граждан, отказавшись от предоставления каких-либо материальных гарантий трудоспособным лицам. В связи с такой ситуацией возникла острая необходимость перестройки психологии людей и ее адаптации к новым условиям хозяйствования, что проявляется в предпринимательской активности личности.

Успешная экономическая самореализация личности в современных условиях с психологической точки зрения означает, что человек адаптировался к рыночной экономике, внутренне принял ее реалии, используя их, активно и продуктивно строит свою хозяйственную деятельность. Для понимания этого своеобразия субъекта жизнедеятельности особый интерес представляет идеи Эриха Фромма и Абрахама Маслоу об отличительных психологических особенностях среднестатистического человека и человека самоактуализированного.

Как утверждает А. Маслоу, клинические исследования со всей очевидностью подтверждают известную мысль Э. Фромма о том, что среднестатистический человек зачастую не имеет четко определенных жизненных целей и планов их реализации. По мнению А. Маслоу, самоактуализированного человека, в отличие от обычного, уже не беспокоят проблемы выживания, он просто живет и развивается; если побудительные мотивы обычного человека лежат во вне, в возможности удовлетворения потребностей, то самоактуализированный человек, напротив, движим внутренними потенциями, заложенными в его природе, требующими своей реализации и развития» (Маслоу, 1999).



Опираясь на эти соображения А. Маслоу, есть основания предполагать, что «среднестатистический человек» довольствуется главным образом двумя модусами частной собственности – владением и использованием, в то время как самоактуализированный человек нуждается в широкой свободе для распоряжения своей собственностью не столько для удовлетворения базовых потребностей, сколько для саморазвития, самоопределения, самоактуализации. Подобная мотивация порождает у самоактуализированного человека склонность к преобразованию (а не только к потреблению) окружающей среды «ради интереса», ради самоактуализации. А это по существу есть склонность к экономической самореализации как к личностному творчеству. В таком случае личность, перестает быть только владельцем и пользователем своей частной собственности, становится ее творцом, устремленным на ее совершенствование и умножение. А это означает, что личность по своему внутреннему психологическому потенциалу является предпринимателем по призванию (а не по нужде). Это есть подлинное чувство хозяина не только имущества, но и самой жизни и условий ее процветания.

Личностно ориентированное предпринимательство доступно только самоактуализированной личности, которая свободна от экономической зависимости, преодолела уже порог борьбы за материальное благосостояние и сознает свою деятельность как «игру интеллектуальных и физических сил», как экономическое творчество по самореализации на основе инновационных и рискованных операций с частной собственностью, мотивированной не уровнем доходов, а удовлетворением, проистекающим из самого творческого процесса. Экономическая деятельность в этом случае по сути своей является «художественным произведением личности», как полагал Ф.М. Достоевский, объективирующимся как в оригинальном продукте творчества, так, и в особенности, духовном облике личности самого творца. Человек в этом случае становится полновластным «хозяином жизни» (в то же время демонстративная, иждивенческая и эгоистическая направленность личности не имеет значимых связей с самоактуализацией).

Таким образом, успешность субъекта экономической деятельности соотносима с предпринимательским успехом личности. Попытки создания специфического психологического портрета предпринимателя, а как следствие, поиск устойчивых комбинаций личностных черт и деловых качеств, позволяющих прогнозировать

предпринимательский потенциал, не дали ожидаемых результатов. Оказалось, что создание типового психологического портрета успешного предпринимателя, позволяющего безошибочно диагностировать и выявлять потенциальных предпринимателей в различных возрастных и профессиональных группах людей, это проблема, не имеющая однозначного решения.

Во-первых, практика показала, что успеха в деятельности достигают и те предприниматели, чей психологический профиль весьма далек от идеального. Во-вторых, наличие личностных черт, совпадающих с личностным профилем успешного предпринимателя, не выступает гарантией наличия у субъекта потребности в предпринимательской деятельности. В-третьих, обладая набором личностных качеств успешного предпринимателя, может достигать высоких результатов и в других сферах деятельности (в управлении, научной деятельности, творческих профессиях) (Филинкова, 2007).

В своих исследованиях мы предлагаем исходить из оценки объективных результатов деятельности предпринимателя. Объективным результатом предпринимательской деятельности, реализующей потенциальные ресурсы личности (способности), является получаемый субъектом деятельности доход. С этой позиции личность в экономическом измерении представляет собой потенциальную стоимость ее субъективных возможностей, проявляющихся в профессиональной деятельности, измеряемую в рублях за единицу времени (Китова, Гочияева, Кубанова, Шаков, Узденов, Ханова, 2011).

Если исходит из данной позиции, то эффективность экономической деятельности обнаруживает себя внешне в достижениях успеха с минимальными затратами ресурсов – времени, трудовых усилий, материальных и финансовых затрат. В этом случае предпринимателями являются не только владелец и менеджер предприятия, но и каждый отдельно взятый человек, который стремится самостоятельно обеспечить свою частную жизнь. При таком подходе оказывается, что общим для всех предпринимателей является одно единственное свойство – предприимчивость, которая первоначально проявляется в предприимчивости субъекта в повседневной социальной практике, а в последующем, при наличии благоприятных условий, возрастает до уровня предприимчивости успешного предпринимателя.

При этом следует учитывать, что предпринимательская деятельность не поддается алгоритмизации и стандартизации, а пото-

му буквальное копирование успешной деятельности одного субъекта не обеспечивает гарантированного успеха другому. Из этого следует, что научить человека успешной предпринимательской деятельности не представляется возможным и следует говорить лишь о формировании психологической готовности к ней.

Важным аспектом рассматриваемой проблемы формирования психологической готовности к предпринимательской деятельности или экономической самореализации субъекта жизнедеятельности является необходимость своевременной диагностики актуального уровня психологической готовности личности к ней. Таким образом, психологическая готовность к предпринимательской деятельности будет выступать индивидуальным целостным образованием, интегрирующим ценностное отношение, теоретические знания и практические умения человека. Соответственно, процесс психологической подготовки к данному виду деятельности должен быть ориентирован на осознание индивидом факторов, определяющих ее успешность.

Формирование такой готовности не может быть свободно от чувственных (эмоциональных) переживаний, поскольку осознание и оценка экономических явлений и процессов, происходящих в ближайшей социально-экономической среде человека, зависит не только от знания, позволяющего опознать эти явления и процессы, но и от отношения, которое это осознание вызывает у субъекта. Из данного воззрения следует позиция, что для осознания степени, полноты охвата предметов и явлений экономической действительности, их особенностей и закономерностей, существует, некоторая индивидуальная сила эмоционального «раздражителя», определяющего направленность актов сознания личности на объекты экономической действительности. При этом формируется феномен «направленности сознания», – устойчиво характеризующих личность динамических и взаимосвязанных побуждений, определяющих (через тон эмоциональных переживаний) избирательность отношений к экономической активности человека. Как отмечал С.Л. Рубинштейн, «явления, оказывающиеся для субъекта антагонистически действующими силами, взаимно тормозят их осознание. Этим обусловлены трудности, на которые наталкивается осознание эмоционально действующих явлений, всегда наделенных положительным или отрицательным знаком, а иногда и одним, и другим» (Рубинштейн, 2012). Таким образом, в поле исследования психологической готовности к предпри-

нимательской деятельности (экономической самореализации) вводится эмоциональный фон чувствований и переживаний субъекта. При этом осознанное и неосознанное принято отличать не по тому, что в одном случае все исчерпывающе осознается, а в другом – это невозможно, а исходить из осознаваемых желаний и целей человека как вбирающих в себя и неосознанные компоненты экономического сознания. В рамках данной концепции осознание экономико-ориентированных целей является индикатором экономического сознания личности, с которого можно не только считывать отношение к социально-экономической реальности и образующим ее сегментам, но и прогнозировать векторные характеристики планируемой экономической деятельности человека.

Эмпирический анализ паттернов психологической готовности личности к предпринимательской деятельности на микроуровне (малый бизнес) проводился под нашим научным руководством на уровне старшеклассников, учащихся колледжей и лицеев, студентов, предпринимателей и представителями домохозяйств разными исследователями в течение десяти лет (Д.М. Агирбова, Д.Ю. Балова, П.И. Гочияева, Б.Н. Дышеков, Л.М. Койчуева, А.К. Кубанова, Р.Х. Токов, Т.М. Узденов, З.Г. Ханова, Р.Т. Хубиева, А.М. Шакови др.). Данные исследования позволили констатировать, что психологическая готовность личности к экономической самореализации является сложным интегральным образованием, не сводимым к совокупности отдельных установок, настроений или состояний и представляет собой единство ценностного, когнитивного и операционально-деятельностного компонентов. Критериями ее сформированности выступают: внутренняя согласованность личностных позиций (ценностный компонент), адекватная оценка и понимание природы экономических событий, фактов и явлений (когнитивный компонент); понимание специфики экономических отношений, проективное видение социально приемлемых путей достижения экономических целей (операционально-деятельностный компонент).

Согласованность внутренних позиций субъекта, определяющая его психологическую готовность к экономическим отношениям, имеет три основных уровня: принятие, сомнение, отторжение. Высокий уровень характеризуется принятием рыночных отношений, средний уровень – сопротивлением рыночным отношениям, низкой уровень – отторжением рыночных отношений (Китова, Хубиева, 2009).

В частности, проведенный совместно с З.Г. Хановой эмпирический анализ совокупности устойчивых предикторов психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности в современных условиях, позволил выявить:

– типы базовых видов экономической направленности личности студентов: иждивенческие – 17,6%, субъект-центрированные или эгоистические – 13,9%, рациональные – 19,7%, коллективистские – 11,6%, социальные – 9,7%, альтруистичные – 3,6%, демонстративные – 12,8%, имиджевые – 11,1%;

– особенности ценностно-целевых ориентаций, которые характеризуются доминированием личных интересов над коллективными и общественными (76,8%), а также преобладанием краткосрочных, оперативных целей над среднесрочными и стратегическими (49,7%);

– некорректность в субъектно-деятельностных смысловых структурах: нарушение структурной логики предпринимательской деятельности (37,6%); искаженность представлений о способах (12,7%), средствах (27,6%) и временном параметре (69,8%) достижения экономического благополучия;

– степень осознанности отношений к действительности, а именно: преобладание внешнего локуса контроля у 73,2% и неосознанного негативного отношения к экономической успешности у 69,7% студентов.

Нами выявлено, что представления студентов о предпринимательской деятельности характеризуются определенными противоречиями и искажениями, обусловленными личностно-детерминированными субъективными факторами. В частности студентов отличает:

– низкий уровень знаний о социальных, экономических и психологических детерминантах предпринимательской успешности;

– низкий уровень ответственности;

– неумение выстраивать иерархию предпринимательских целей и задач;

– наличие ценностно-смысловых противоречий и искажений в мотивах предпринимательской деятельности;

– низкий уровень осознанности субъект-объектных условий социально-экономической успешности предпринимательства;

– низкий уровень экономико-правовой чувствительности;

– низкий уровень самоактуализации и стремления к саморазвитию;

- необоснованно завышенный уровень экономических притязаний и ожиданий;
- игнорирование общественных интересов;
- неспособность предвидеть и оценивать последствия своих намерений;
- отсутствие перспективного видения и способности к прогнозированию;
- пренебрежение общественным мнением (Китова, Ханова, 2012).

Детальный анализ эмпирических результатов исследования позволил выделить и квалифицировать шесть типовых уровней психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности.

Низший уровень психологической готовности студента к предпринимательской деятельности – уровень, при котором в его представлениях не существует более или менее ясного образа совокупности объектов, средств и процессов предпринимательской деятельности, пригодных для удовлетворения собственных экономических потребностей.

Фрагментарный или эпизодический – уровень при котором в канву экономических представлений студента вплетены фрагментарные представления о специфических особенностях экономического производства, распределения и обмена экономических благ (услуг), а также социально-экономических отношениях возникающих в современном обществе.

Пространственный уровень психологической готовности студента к предпринимательской деятельности включает в себя осознание экономического пространства (т.е. существуют пространственные представления об окружающем его экономическом мире – субъектах, объектах и процессах экономической деятельности частных лиц, предприятий и государства), которые позволяют ему более или менее адекватно ориентироваться относительно предпринимательства и его социально-экономической среды.

Динамический уровень психологической готовности позволяет студенту улавливать последовательность внешних экономических явлений и процессов (понимание человеком ситуативных, текущих и исторических процессов и явлений, происходящих в экономической сфере самого человека, общества и государства), благодаря чему вырабатывается сознание динамических и циклических процессов в развитии экономических процессов.

Субъектный уровень психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности выражен осознанием себя субъектом экономической деятельности, который может выступать источником познания и преобразования экономической действительности, проявлять инициативу принимать и реализовывать собственные решения, оценить последствия своего поведения и самозменяться. При этом уровне психологической готовности в сфере экономических представлений личности могут быть введены следующие ряды представлений, которые формируют экономическое сознание личности: нравственные, религиозные, правовые и социальные представления о функционировании предпринимательства, призванного удовлетворить потребности людей и общества в материальных и духовных благах.

Творческий уровень психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности отличает такое состояние внутреннего мира, когда студент способен анализировать экономические ситуации с учетом происходящих в обществе социально-экономических процессов и создавать собственные ситуации успешной реализации предпринимательских намерений, способен к преодолению соответствующих шаблонов и стереотипов<sup>1</sup>.

Таким образом, формирование психологической готовности личности к предпринимательской деятельности должно включать формирование положительного эмоционального отношения к предпринимательской деятельности (мотивационно-ценностный компонент), которое достигается посредством: осознания студентами предпринимательства как позитивного социально-психологического и экономического явления; усиления мотивов предпринимательской деятельности; формирования потребностей в эффективной социально-экономической самореализации; осознания личностных и социально-психологических компонент успешности предпринимательской деятельности (как показателя соответствующей компетентности личности); осознание преимуществ психологии партнерских отношений; формирование мотивационно-ценностных характеристик личности.

Формирующий модуль характеризуется созданием мысленной экспериментальной ситуации, неограничивающей множественность возможных вариантов выбора предпринимательских перспектив, выстраиваемых в соответствии с личностными смыслами, когнитивны-

---

<sup>1</sup> Исследование выполняется при финансовой поддержке РГНФ, грант № 11-06-01086а.

ми стилями, ценностно-мотивационными и поведенческими характеристиками студента. Логика формирующего этапа разрабатывалась и была реализована с учетом ряда принципов, обеспечивающих эффективность их использования: соответствие целям психологической подготовки; максимальная приближенность к реальной социально-экономической ситуации; наличие простора для альтернативного решения проблемы (Китова, Ханова, 2012).

С практической точки зрения рыночная экономика предоставляет человеку широкую экономическую свободу, возвращает ему право частной собственности, эффективность экономической деятельности ставит в жесткую зависимость от личностных характеристик хозяйствующего субъекта. В целях содействия дальнейшему повышению уровня жизни населения России на основе проведенных исследований можно внести следующие предложения:

- при формировании национальной идеи России и управленческих концепций отдельных регионов особое внимание уделить преодолению бедности и повышению уровня жизни населения посредством экономико-психологического просвещения;

- в составе регионального и местного руководства чтобы обозначить структурные подразделения, непосредственно ответственные за экономико-психологическое просвещение населения с учетом региональных особенностей;

- развернуть в регионах сеть консультационных пунктов, профессионально подготовленных по комплексным научным проблемам повышения уровня жизни населения, где хозяйствующие субъекты могут получить квалифицированные советы по обустройству своей частной жизни;

- приступить к преподаванию в общеобразовательных и профессиональных средних учебных заведениях и вузах учебную дисциплину «Менеджмент частной жизни»;

- возложить на СМИ региона обязанность обобщать, распространять и пропагандировать среди населения передовые и наиболее эффективные методы повышения уровня жизни граждан;

- рекомендовать научно-исследовательским учреждениям и высшим учебным заведениям региона разработать и регулярно издавать популярные практические рекомендации по повышению уровня жизни населения;

- рекомендовать учебным заведениям при разработке тематики курсовых и дипломных работ, а также тем кандидатских и



докторских диссертаций уделить особое внимание проблеме повышения уровня жизни граждан;

– рекомендовать научно-педагогической общественности проводить семинары, симпозиумы, конференции по обсуждению научно-практических проблем повышения уровня жизни населения (Китова, Гочияева, Кубанова, Шаков, Узденов, Ханова, 2011).

Такой подход к решению проблемы облегчит адаптацию населения к рыночным отношениям, послужит повышению его жизненного уровня личности, как субъекта экономической самореализации, и будет содействовать экономическому процветанию страны.

### ***Литература***

Китова Д.А., Узденов Т.М. Представления студентов о целях и средствах достижения экономического благополучия // Гуманизация образования. Научно-практический международный журнал. – Сочи, № 3, 2009.

Китова Д.А., Ханова З.Г. Психологическая готовность к экономической самореализации как предмет психологического исследования. // Вестник ДГУ. – Махачкала, №4, 2012.

Китова Д.А., Хубиева Р.Т. Психологическая готовность молодежи к экономическим отношениям в современных условиях // Гуманизация образования. Научно-практический международный журнал. – Сочи, №1, 2009.

Китова Д.А., Гочияева П.И., Кубанова А.К., Шаков А.М., Узденов Т.М., Ханова З.Г. Диагностика психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности. Коллективная монография. Карачаевск: Изд-во КЧГУ, 2011.

Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975.

Маслоу А. Самоактуализированные люди: психология здоровья. СПб., 1999.

Психологический словарь / авт.-сост. В.Н. Копорулина, М.Н. Смирнова, Н.О. Гордеева, Л.М. Балабанова; Под общей ред. Ю.Л. Неймера. Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.

Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. «Питер», 2012.

Филинкова Е.Б. Психология российского предпринимательства. М: Ректор, 2007.

# ECONOMIC PSYCHOLOGY OF SUBJECT: THEORY, METHODS, PRACTICE

**D.A. Kitova**  
(Cherkessk, Russia)

## **Abstract.**

*The paper considers problems of economic socialization. Personal traits influence the management of the economy, politics and art. Transition to market economy began in 1990s and generated new forms of ownership and relationship which majority of Russian people were not ready. The author insist on personality-oriented approach to entrepreneurship because only self-actualized person can cope economic dependency and realize creative potential besides financial enrichment. The study of students of economic higher institutions provides evidence on the problem.*

**Keywords.** *Economic socialization of person, common sense, subject of life activity, social relations, psychology of needs, activity, property relations, psychological adaptation, self-actualized person, psychological readiness to entrepreneurial activity.*

# ПЛАТИТЬ НАЛОГИ С УДОВОЛЬСТВИЕМ: ФИЛОСОФИЯ РЕАЛЬНОЙ ЖИЗНИ

**И.В. Липатова**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*Приводя результаты философского осмысления глубинных основ налога автор приходит к выводу, что философия налога – это мировоззренческое учение о восприятии налога как осознанной общественной необходимости. На уровне массового сознания в России необходимость уплаты налогов воспринимается как государственное насилие. В других странах оношение к налогам иное. В статье показаны кросскультурные различия по отношению к налогам и необходимости их уплаты.*

**Ключевые слова:** философия налога, налоговая политика, отношение к налогам, социальная функция налогов.

Человеческая история – реальность особого рода. Это – сложное сочетание общественной жизни людей (форм производства, социально-экономических, политических структур) и всевозможных духовных ее составляющих. Причем оба компонента переплетены, взаимодействуют, нерасторжимы. Отсюда и двоякая направленность философского исследования – на реалии человеческой жизни, с одной стороны, и на различные, в том числе теоретические, отражения этих реалий в человеческом сознании – с другой. Например, философский анализ проблем свободы предполагает, как пояснял Маркс, умение различать, что конкретно являлось, а что представлялось «свободой» («несвободой») людям различных исторических эпох и формаций. Аналогично обстоит дело со всеми философскими проблемами. Осмысление, с философской точки зрения, политики, права, экономики и т.д. предполагает разграничение соответствующих реалий и отражающих их взглядов, учений.

В налоге как таковом заложен чисто философский смысл взаимоотношений в обществе по обобществлению имущества или доходов индивидуумов. Эта экономическая категория позволяет умозрительно воспринять как таковую самую необходимость обобществления излишков доходов и осознать самый общий контур перераспределительных отношений. Необходимость существования

общенационального фонда потребления очевидна, этому посвящено множество классических философских и экономических трудов. Существующая как таковая потребность перераспределять излишки доходов на общественно необходимые цели является той аксиомой, которая позволяет воспринять налоговые отношения как неперемное условие развития цивилизации.

Очевидность этого и позволяет с философских позиций говорить о налоге как об общественно необходимом явлении, а стало быть, налог – это общественное благо. Науке с древних времен известны идеальные принципы налогообложения, которые мы и воспринимаем исторически: так должно быть! Но будет ли? Что следует предпринять, чтобы так было? И это не праздные вопросы. Философия постигает саму природу категории «налог», ее глубинное родовое начало. Именно с философских позиций следует рассматривать принципы налогообложения: справедливость, равномерность, удобство, дешевизна, которые были сформулированы еще в XVI в., через 200 лет их конкретизировал А. Смит (1723–1790), а еще через столетие с лишним они были дополнены А. Вагнером (1835–1917). Принципы, впервые названные задолго до А. Смита, служили философским ориентиром движения налогообложения к идеальному варианту. Именно указанные принципы определяют внутренний потенциал экономической категории «налог». Эти принципы являются как бы семью нотами музыкальной грамоты, которые существовали с незапамятных времен. Однако с помощью этих нот писались и шедевры, и какофонии. Результаты философского осмысления глубинных основ налога как общественно необходимой субстанции создают научный фундамент для развития теории налогообложения. Данная теория постигает закономерности перераспределения стоимости и общественные потребности, но постигает их, абстрагируя от условий конкретного пространства и времени. Налог как таковой – это сугубо теоретическая субстанция общественной жизни, категория не только экономическая, но и философская.

Таким образом, из всего вышесказанного следует вывод: философия налога – это мировоззренческое учение о восприятии налога как осознанной общественной необходимости. Теория налогообложения формирует методологические основы налоговых отношений, исходя из положений экономической теории о воспроизводстве, теории о государстве, его функциях. Философия налога и теория налогообложения в своем единстве образуют особую от-

расль науки – налогообложение. Совершенство налоговой политики – залог эффективности государственных институтов и стабильности в обществе. «Не уплачивая налоги, гражданин обкрадывает самого себя» – А. Смит. Адам Смит не был тем человеком, который придумал налоги. Их придумали задолго до него. В то же Соединенное королевство Великобритании и Шотландии в XI веке налоговую систему, кстати, весьма продуманную, принесли норманнские завоеватели из Бретани, а конкретно Вильгельм I Завоеватель. И с тех пор налоги в Великобритании взимаются аккуратно и много эффективнее, чем в иных странах, о чем мы еще скажем. Заслуга же конкретно Адама Смита в том, что он первым сформулировал и обосновал социальную функцию налогов, а именно: налоги – это не грабеж власти, а обязательный платеж гражданина из своих доходов своему государству на обеспечение порядка и безопасности, на содержание армии, дорог и судебной системы – в интересах самого гражданина. Другими словами, какие гражданин платит налоги, такие он имеет в своем государстве порядок, безопасность, армию, дороги, судебную систему. Позже к тому, что указал Адам Смит, добавились образование, наука, медицинское и пенсионное обеспечение. Не уплачивая налоги, отмечал А.Смит, гражданин обкрадывает самого себя. Однако эта, казалось бы, достаточно очевидная концепция до сего времени практически не очевидна для подавляющего большинства налогоплательщиков. Более того, она не очевидна для большинства населения. На уровне массового сознания в России необходимость уплаты налогов все еще воспринимается, если и не как грабеж, а уж точно как государственное насилие, стремление государства всеми путями взять у деловых людей как можно большую часть его доходов. По глубокому убеждению многих предпринимателей «государственные поборы» всегда несоразмерно велики. Так что он, предприниматель, имеет если не законное, то моральное право уклоняться от их уплаты любыми способами. Не зря же у деловых людей средней руки (и не только) в ходу такая байка: как услышал про налог, то немедленно оглох. Нельзя сказать, что государство не дает для этого оснований. К сожалению, довольно часто дает, когда налоги взимаются, а эффективность их использования не очевидна или спорна.

«Налоговое танго» танцуется вдвоем, но музыку, разумеется, заказывает государство. В то же время гражданин, имея обязанностью платить налоги, одновременно имеет право улучшать как на-

логовую систему в целом, так и контроль за уплатой налогов и сборов, не обособляя себя от государства. Неразрывность интересов гражданина и его государства нагляднее всего проявляется именно в социальной функции налогов. Эту функцию вполне можно сравнить с единой кровеносной системой: если она эффективна, полнокровна, то и государство, как организм в целом, так и каждый гражданин в отдельности, здоровы и состоятельны. Ключевое слово в обеспечении социального благополучия и стабильности – понимание. Понимание неразрывности интересов государства и общества. Как гражданин платит налоги, такая безопасность его и всех членов его семьи, такое медицинское обеспечение у него сейчас, такое образование у его детей сейчас и потом, такая пенсия у него в старости – вот социальная сущность налогов в самом простом изложении. Если такое понимание неразрывности и взаимосвязанности интересов государства и гражданина существует, то налоговая планка не имеет принципиального значения. Хотя на первый взгляд кому-то это может показаться странным. Ведь мы привыкли считать, что чем меньше налогов платит предприниматель, тем ему легче, тем лучше сама система. Однако это далеко не так.

Почему в мире нет единой системы налогообложения? В самом деле, если налоги имеют экономическое обоснование и можно рассчитать их оптимальный вариант, то почему в мире нет единой системы налогообложения? Да потому что, сколько государств, столько и социумов, и соответственно вариантов понимания социальной функции налогов, т.е. понимания неразрывности интересов гражданина, общества и его государства. Там, где уровень понимания самим социумом социальной функции налогов выше, там и налоги выше, и уровень социального обеспечения выше. Зависимость простая: чем больше денег я плачу государству в виде налогов, тем больше их возвращается ко мне в виде высокой безопасности, высокого комфорта жизни, хороших дорог, образования и обеспеченной старости. Рассмотрим это на примерах нашего времени. Одной из самых стабильных, с высоким уровнем жизни и лучшей системой социального обеспечения является Швеция. Правильно. Все знают, что там делают надежные и комфортабельные автомобили «Volvo», там двести лет нет войн и жизнь безопасна, там классный хоккей. Но все ли знают, что в Швеции самые высокие в мире налоги. Не падайте – до 80% с прибыли в среднем и более! И платят все: и предприниматели, выпускающие «Volvo», и рок-звезды, и

хоккеисты, и писатели. Так, по признанию писательницы Астрид Линдгрен, волею своей буйной фантазии вознесшей Карлесона на крышу, были моменты, когда ей приходилось отдавать на уплату налогов почти 100% гонораров. В чем разгадка столь высокой терпимости шведов к драконовской на первый взгляд системе налогов? Ответ дают они сами: мы знаем, за что платим. А если конкретно, то за полностью бесплатное образование от начального до высшего, за полностью бесплатное медицинское обеспечение, причем самого высокого качества, за самую эффективную в мире систему социального страхования, при которой потерявший работу может учиться, лечиться и получать пособие, близкое к зарплате работающего. Например: средняя зарплата в Швеции в пересчете с крон на рубли 62–78 тыс. руб., а пособие по безработице 42–63 тыс. руб. Казалось бы, при таком пособии можно было бы совсем не работать, но шведы думают иначе, и уровень безработицы в Швеции самый низкий в Европе: 3–5%. Причем в отличие от США, где налоги на прибыль существенно ниже (в среднем 39%), шведы предпочитают работать и платить налоги, а не сколачивать ради уклонения от налогов виртуальные капиталы, вкладывать их в виртуальные ценные бумаги (деривативы) и брать под них виртуальные ипотечные кредиты. В отличие же от российских предпринимателей, которые платят налоги (в среднем 35%) ниже, чем в США, при похожем налогообложении шведы предпочитают вкладывать свои реальные капиталы в производство и платить с них налоги в своей стране, а не приобретать недвижимость в теплых странах. Шведы в полной мере понимают социальную значимость своих налогов: после 65 лет каждый гражданин получает при двухступенчатой пенсионной системе (базовой и дополнительной) пенсию, практически равную средней заработной плате в стране, при сохранении бесплатного медицинского обеспечения, что означает реальное сохранение жизненного уровня гражданина при выходе на пенсию. Более того, в отличие от России вся экономика Швеции держится не на транснациональных корпорациях и естественных монополиях-гигантах, платящих налоги в оффшорных зонах, а на семейных предприятиях в своей стране, по числу которых в экономике Швеция занимает первое место в мире. Сравнение Швеции с Россией резонно. Ведь статья адресована российскому читателю, а сравнение Швеции с США показательны с точки зрения разницы в моральном подходе к социальной сущности налогов. В США, как известно, исповедуется

принцип «не пойман – не вор», а в Швеции – уже упомянутый принцип «мы знаем, за что платим».

Платил ли налоги Шекспир? А как понимается социальная функция налогов в Великобритании, ставшей трудами Адама Смита родиной политической экономии и осознания этой функции? Какое историческое развитие получила она там? Британское мышление несклонно ни к американской изворотливости ума в уклонении от налогов и выбивании пособий, ни к российскому стремлению к космической и общинной справедливости быть выше писаных законов. Если кратко, британцам присущи две базисные черты: прагматизм и следование традиции. Ведь еще мудрый Адам Смит разъяснил и согражданам, и властям предержащим: размер налогов должен быть таким, чтобы люди и хотели, и могли их платить. Это чистый прагматизм. Ведь глупо резать курицу, несущую яйца. А следование устоявшимся традициям – важнейший фактор социально-политической и экономической стабильности общества и государства. В самом деле, если норманны принесли в Британию отлаженную систему налогообложения, которую сами, кстати, унаследовали от Римской империи и триста лет исправно внедряли, то зачем изобретать велосипед? Разумнее только адаптировать эту систему под текущий исторический момент. Что в Англии и имело место в последующее тысячелетие. Причем британская система сборов и налогов не менялась кардинально ни при каких войнах и революциях. Дворяне, феодалы, вольные горожане, а потом буржуа ожесточенно воевали друг с другом; менялись династии и общественные формации; шли внутренние и внешние войны. Но население исправно платило требуемые налоги, а казначейство, прообраз современного Минфина, их исправно учитывало. Все учеты сохранились по сей день, и сегодня не составляет труда узнать, каким налогоплательщиком был, к примеру, Уильям Шекспир. Легко узнаете, что вполне исправным. И к слову об английском прагматизме. При всей своей занятости на литературном поприще он выкупил право собирать налоги со своих земляков, причем имел с этого неплохой доход. В итоге в Соединенном Королевстве давно нет серьезных проблем со сборами налогов, как и внутренних социальных проблем. Совет Адама Смита: «гражданам разумнее платить налоги, а властям – сохранять их умеренными и посильными», давно и прочно усвоен обеими сторонами. Налоговая система очень сбалансирована, без крайностей, налоги на прибыль умерен-



ные (в среднем 30%), порядок уплаты простой и понятный, без множества открытых и закрытых инструкций. И, что важно, без частых поправок и изменений. Ибо стабильные налоги – это стабильный бизнес, а стабильный бизнес – это стабильное общество. Такова разница понимания гражданами трех стран социальной функции налогов, или, что равнозначно, понимания единства интересов государства, общества и гражданина.

## TO PAY TAXES WITH A PLEASURE: PHILOSOPHY OF REAL LIFE

**I.V. Lipatova**  
(Moscow, Russia)

### **Abstract.**

*Trying to find the purport of taxes, the author came to the conclusion that philosophy of taxes is ideological concept of tax perception as conscious social necessity. In Russia taxation is perceived as governmental enforcement. In the paper cross-cultural difference in tax related attitudes and tax compliance is described.*

**Keywords.** *Philosophy of taxes, tax policy, tax related attitudes, social function of taxes.*

# ПРИЧИНЫ И СЛЕДСТВИЯ КОРРУПЦИИ: ЭКОНОМИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ<sup>1</sup>

**И.А. Максимцев, Э.Х. Локшина**  
(Санкт-Петербург, Россия)

## **Аннотация**

*Рассматриваются экономико-психологические аспекты явления коррупции, причины коррупции: экономические, институциональные, социально-культурные. Дается определение коррупции как девиантного экономического поведения, рассматриваются виды коррупции. Представлен анализ коррупционных отношений в российском образовании и здравоохранении. Описаны негативные последствия коррупции в сфере экономики, политики, социальных отношений, культуры.*

**Ключевые слова:** *коррупция, причины коррупции, девиантное экономическое поведение, виды коррупции, коррупционные отношения, коррупционные сети.*

Коррупция – это асоциальное поведение, отклоняющееся от общепринятых моральных и нравственных норм и норм, установленных законодательством, обратная сторона деятельности любого централизованного государства, которое претендует на жесткий учет и контроль. Коррупцию можно характеризовать как стовор двух и/или более лиц в получении незаконным путем взаимовыгодных благ, привилегий и выгод материального и нематериального характера за счет манипуляции экономическими ресурсами и/или использования должностным лицом служебного положения (Максимцев, Локшина, Бахрах, 2010).

На сегодняшний день коррупция в России является одним из самых главных системообразующих, безукоризненно работающих общественно-государственных институтов. Коррупцию следует рассматривать как следствие криминализации российского общества в целом, она тесно связана с организованной преступностью и является ее характерной чертой. Коррупция – это такой вид преступления, который пронизывает все сферы общественной жизни: экономику, политику, государственную службу и пагубно сказыва-

---

<sup>1</sup> В статье использованы материалы исследований НИР по теме «Социально-психологические факторы модернизации российской экономики», выполняемые в НИЛ социально-экономических проблем предпринимательства СПбГУЭФ с 2010 г. Научный руководитель канд. экон. наук, зав. НИЛ Э.Х. Локшина.

ется на морально-нравственных устоях общества. Благоприятным фоном для столь стремительного прорастания коррупции в жизнь общества стали огромные социально-экономические изменения и потрясения, начавшиеся в конце восьмидесятых годов прошлого века и продолжающиеся по сей день.

Существует целый ряд причин, способствующих возникновению и существованию российской коррупции.

Во-первых, исторически сложилось, что явление коррупции в России всегда было нормой жизни народа: за деньги и подношения покупались и продавались должности, чины, звания, нарушалось судопроизводство, большую роль играли кумовство и клановость. Как свидетельствует вековой опыт, российское население относилось к коррупции как к естественному явлению.

Еще в XII-XIII вв. возникла система кормлений, при которой бояре-наместники и их свита, направляемые центральной властью в округа, не получали жалования, но имели право брать деньги с подчиненного им населения. Эта система была официально запрещена еще в XVI в., но реально продолжала существовать и позднее.

Попытку искоренить коррупцию предпринял царь Алексей Михайлович Тишайший (1629–1676), который полагал, что коррупция может быть преодолена сверху вниз, и что для этого нужно воспитать новую элиту общества.

Петр Великий тоже предпринял определенные шаги по борьбе с коррупцией. Он ввел достаточно высокое фиксированное содержание для чиновников. Получение средств другими путями, кроме как из казны, Петр I считал преступлением. Однако эти инициативы не дали никаких позитивных результатов. Многие соратники и любимцы Петра были замешаны в воровстве и подкупах. В конечном счете, Петр пришел к выводу, что искоренить коррупцию можно только введением жесточайших мер, вплоть до повешения. Возможность применения таких мер он обсуждал с первым генерал-прокурором Сената Павлом Ивановичем Ягужинским (бывшим денщиком Петра I), который занимался борьбой с казнокрадством. На что Ягужинский ответил: «Государь, с кем ты останешься? Ты один останешься».

В произведениях русской литературы подробно описаны наиболее характерные черты российской коррупции: взяточничество, чиновничество, подкуп должностных лиц, воровство, мздоимство и т.д.

В начале XX в. Россия в экономическом плане была сильно развитым государством и занимала ведущие позиции на мировом рынке. Одновременно с этим в государстве отмечался и бурный рост коррупции (взяточничество и воровство), особенно в период Первой мировой войны, что явилось одной из главных причин гибели Российской империи. Прослеживается аналогия: Н. Макиавелли считал, что коррупция и разврат стали причиной падения Римской империи.

В СССР в первые годы практически не было коррупционных преступлений, поскольку коррупционные действия приравнивались к контрреволюционной деятельности – за взятку грозил расстрел. Во времена НЭПа уровень коррупции существенно вырос, но теперь целью коррупции стали не столько деньги, а что значительно важнее – связи и знакомства, дающие высокое статусное положение в обществе. В период сталинских репрессий практически не было экономических коррупционных преступлений. Во времена так называемого «зрелого социализма» коррупция в СССР бурно росла. Попытка борьбы с ней была предпринята Ю.В. Андроповым («Дело Медунова», «Узбекское дело» и т.д.).

После распада СССР Российская Федерация попала в тяжелую ситуацию вакуума власти и аномии, приводящей к дезинтеграции, разрушению нравственных ценностей, смещению ценностных ориентаций и вседозволенности. Возникла свобода доступа к общественной собственности и природным ресурсам. В этот же период были временно отменены наказания за служебные злоупотребления, что привело к бурному росту коррупции и усугубило экономический кризис. Наступило время безраздельного господства чиновников, число которых быстро росло, и стремительного роста коррупции, имеющей системный характер и ставшей неотъемлемой частью политической, экономической, социальной и культурной жизни общества (Максимцев, Локшина, Бахрах, 2011).

По мнению некоторых авторов, коррупция может играть не только негативную, но и позитивную роль. В девяностых годах прошлого века считалось, что если чиновникам давать взятки, то они будут работать более интенсивно, а взятодатели смогут обойти бюрократические препоны. Позитивную роль коррупции можно усматривать в продвижении инноваций, в развитии высоких и нанотехнологий. Однако чиновник, лоббируя, с его точки зрения, очень эффективные определенные проекты, может наложить вето на дру-

гие не менее значимые проекты. Тем самым уничтожаются прозрачность принимаемых решений и состязательность проектов, практически ликвидируется конкурентоспособная среда, что в конечном итоге является тормозом в развитии экономики.

В современной науке кроме исторических принято отмечать и другие причины коррупции, выделяя экономические, институциональные и социально-культурные факторы.

*Экономические* причины коррупции – это, прежде всего, низкие заработные платы государственных служащих, а также их абсолютное право влиять на деятельность фирм и граждан. Коррупция разрастается потому, что у чиновников при полной бесконтрольности их деятельности имеются неограниченные полномочия распоряжаться какими-либо различными благами. Коррупция – прямое следствие ограничения экономических свобод. Любые административные барьеры преодолеваются взятками. Чем выше барьер – тем больше взяток и чиновников, их берущих.

Предельно лаконичное определение основных причин коррупции некоторые зарубежные экономисты выражают следующей формулой:

*коррупция = монополия + вседозволенность – ответственность.*

Это значит, что возможности коррупции прямо зависят от монополии государства на выполнение некоторых видов деятельности (например, производить закупки оружия) и от бесконтрольности деятельности чиновников с учетом вероятности и тяжести наказаний за злоупотребления. (Материалы Центра антикоррупционных исследований...).

*Институциональными* причинами коррупции считаются высокий уровень закрытости в работе государственных ведомств, громоздкая система отчетности, отсутствие прозрачности в системе законодательства, слабая кадровая политика государства, допускающая распространение синекур и возможности продвижения по службе вне зависимости от действительных результатов работы служащих.

*Социально-культурными* причинами коррупции являются деморализация общества, недостаточная информированность и организованность граждан, общественная пассивность в отношении своеволия «власть имущих».

По мнению Т.А. Нестика, коррупцию также можно рассматривать как определенный вид культуры. В существующей научной литературе можно выделить три подхода к взаимосвязи культуры и коррупции (Нестик, 2002).

Согласно первому из них, *сама коррупция является культурой* (деловой или организационной) и должна анализироваться с точки зрения воспроизводимых внутри делового сообщества или организации символов, мифов, обычаев, представлений и базовых ценностей. Представителем такого подхода является Р. Клитгаард, определяющий культуру коррупции как организационную культуру, характеризующуюся цинизмом и утратой здравого смысла. Некоторые черты коррупционной культуры характерны, видимо, для большинства российских государственных учреждений, особенно низшего эшелона власти.

Второй подход восходит к структурному функционализму Т. Парсонса и Р. Мертона. В его рамках *коррупция – это временное состояние, дисфункция в культуре*, понимаемой как система ценностей, норм и установок, разделяемых членами сообщества. Она становится возможной в ситуации аномии, негативного отношения или равнодушия значительной части сообщества к социальным нормам, порождаемой конфликтом между элементами системы ценностей.

В рамках третьего подхода *коррупция трактуется не как временное, болезненное состояние, а как явление, постоянно воспроизводимое культурной традицией, опирающееся на постоянные, устойчивые черты национальной культуры* (Максимцев, Локшина, Бахрах, 2010).

Одним из важных условий устойчивого существования коррупции в России является толерантное отношение к ней со стороны общества, воспринимающего коррупцию как неотъемлемую часть жизни. Осознавая противоправность коррупции, народ, тем не менее, всем своим поведением поощряет ее.

Любую деятельность, в том числе и коррупцию можно рассматривать как производную от причин, мотивов, интересов и намерений хозяйствующих субъектов, под влиянием которых формируется экономическое сознание и поведение. Экономическое поведение субъектов хозяйственной деятельности зависит от целого ряда причин как объективных, так и субъективных.

К объективным причинам относятся: действующая система государственного регулирования; действующее законодательство;

состояние экономики; социальная политика и образ жизни; политика в области образования, науки, культуры, здравоохранения; уровень доверия к экономической политике государства, к исполнительным и властным структурам различных уровней.

Субъективными причинами являются собственные потребности: физиологические, материальные, духовные, интеллектуальные и культурные, общественно-социальные (имидж, признание, изменение статуса).

Вышеперечисленные причины формируют различные аспекты мотивации экономического поведения индивидуума, такие как: ценностные ориентации; удовлетворение духовных потребностей; удовлетворение материальных потребностей; потребность в справедливости; благотворительность; стремление к самовыражению; любознательность; стремление к образованию; расширение научного, культурного и интеллектуального потенциала; стремление к успеху; лидерство; властолюбие; чувство собственного превосходства; авантюризм; поддержание имиджа; престиж; честолюбие; корысть; зависть; эгоцентризм; жажда обогащения; получение удовольствия; боязнь снижения уровня благосостояния; законопослушность.

Сочетание таких аспектов мотивации как зависть, корысть, эгоцентризм, чувство собственного превосходства, жажда обогащения, авантюризм, лидерство, поддержание имиджа, стремление к получению удовольствия и т.д. приводит к девиантному экономическому поведению.

Термин «девиантное» поведение в психологии трактуется как отклоняющееся и может быть применим не только к отдельно взятой личности, но и к группам людей (Бардиер, 2001). При этом отклонение рассматривается как противоречащее принятым в обществе правовым или нравственным нормам.

Изучая причины девиантного поведения необходимо обратить внимание на его мотивы (включая содержание доминирующих потребностей личности, ее характерологических особенностей, ее эмоционально-волевой сферы); причины и условия, способствующие его развитию (рассматриваются сочетание неправильного развития личности и степени неблагоприятности ситуации, в которой оказался человек); возможности его предупреждения и преодоления.

И если под экономическим поведением понимать поведение людей в процессе производства, распределения и потребления благ

и услуг, то к девиантному экономическому поведению можно отнести поведение (совокупность поступков) в течение этих процессов, нарушающее любые нормы.

К определению девиантного экономического поведения может быть несколько подходов, различающихся количеством и уровнем нарушаемых норм:

- любое экономическое поведение, которое нарушает любые из существующих норм;

- экономическое поведение, нарушающее нормы, действующие в хозяйственной организации, к которой принадлежит субъект такого поведения (Рябов, 2009).

Одним из видов девиантного экономического поведения, наносящих экономический, социальный и моральный ущерб не только гражданам, но и государству в целом является коррупция (Максимцев, Локшина, Бахрах, 2010).

Коррупция развивается под влиянием определенного алгоритма экономического поведения, различающегося в разных странах и регионах. Исследователи рассматривают четыре модели коррупционных отношений: европейская, азиатская, латино-американская, африканская (Качкина, Качкин, 2010).

Все общество в той или иной степени (сверху вниз, снизу вверх и по горизонтали) связано коррупционными отношениями. Коррупционные отношения – это взаимоотношения людей с коррумпируемым общественным сознанием и безнравственным поведением.

Участниками коррупционных отношений могут выступать все: не только взяточдатели, взяточполучатели, посредники, но и представители экономической и политической элиты общества, законодательной и исполнительной власти, имеющие налаженные связи, взаимные обязательства и круг неформального общения. В зависимости от сферы деятельности возникают различные виды коррупции:

- по уровням: низовая, верхушечная, международная;
- по формам: экономическая, государственная, политическая, олигархическая, коммерческая, частная кадровая;
- по периодичности: эпизодическая, стихийная, систематическая (институциональная), а также клептократия как неотъемлемый компонент властных отношений.

Наиболее совершенной, организованной и устойчивой формой коррупции сегодня выступают коррупционные сети, отличающиеся более высоким иерархическим уровнем.



Коррупционные сети – это организованные группы, созданные для извлечения доходов от коррупционной деятельности за счет нарушения нормативно-правовых и законодательных актов при перераспределении бюджетных средств и национальных богатств. Они возникают как целенаправленно, так и спонтанно. Участие в них может быть добровольным, по обоюдному согласию и принудительным. По направленности деятельности их можно подразделить на: финансовые, управленческие, социально-организационные и криминальные (Абадиев, 2008).

Жизнеспособность коррупционных сетей достигается за счет высокого уровня управления, четкой координации действий, постоянного расширения сфер влияния, поддержки влиятельных лиц и заинтересованных структур.

По данным Фонда «ИНДЕМ», «любая коррупционная сеть, по мнению экспертов, включает три составляющих: коммерческую или финансовую структуру, которая реализует полученные выгоды и льготы и превращает их в деньги; группу государственных чиновников, обеспечивающую прикрытие при принятии решений; группу защиты коррупционных сетей, которую осуществляют должностные лица правоохранительных органов. Эксперты уверены, что весь российский первоначальный капитал был сформирован из государственной собственности, из бюджетных средств, из прав на обслуживание этих бюджетных средств и т.д. Поэтому в России коррупция создавала свои сети на основе существующих государственных структур и структур, которые в недавнем прошлом, до приватизации, были государственными» (Диагностика российской коррупции..., 2002).

Коррупционные сети – это социально-правовые и теневые формы взаимодействия институциональных субъектов, которые включает в себя систему государственно-правового и исполнительного аппарата. Они отражают типичные формы злоупотреблений в корыстных интересах и порождают чувство вседозволенности и безнаказанности, что подтверждается широко распространенной практикой политики «двойных стандартов».

Таким образом, коррупционные сети представляют собой систему противоправного, антисоциального функционирования властно-правовых отношений, которые сформированы в результате неформальных социальных взаимосвязей, не имеют четкого иерархического и структурного построения, проявляют себя на различных уровнях и сферах жизнедеятельности общества, отличаются

высоким уровнем организации и скоординированности в противоправных действиях. Постоянный рост коррупционных сетей и усложнение их структуры происходит за счет вовлечений новых субъектов в коррупционные отношения.

В коррупционных сетях участвуют должностные лица, представители экономической и политической элиты общества, законодательной и исполнительной власти, связанные взаимными обязательствами и неформальными формами поведения.

В результате действия коррупционных сетей все возрастает доля валового национального продукта, который перераспределяется в пользу теневой экономики. Деятельность коррупционных сетей наносит большой вред социальной, экономической, политической жизни и национальной безопасности страны, кроме того, доходы и блага, получаемые через коррупционные сети, значительно выше прежних, получаемых от взяток. Размер ежегодно вывозимого капитала составляет 20–25 млрд. долл. в год, потери от несовершенства налоговой системы примерно равны 25% от ВВП. Выплаты в виде взяток, даваемые чиновникам разного уровня, по самым низким оценкам достигают до 10% от суммы, общие годовые затраты граждан на взятки на рынках бытовой коррупции составляют 2796 млн. долл. На долю судов за оказание услуг гражданам приходится не менее 274,5 млн. долл. (Диагностика российской коррупции..., 2002).

Негативное влияние коррупционных сетей заключается в том, что они:

- в той или иной степени связывают почти все государственные, политические и общественные организации, законодательную и исполнительную власть;
- ничего не производят, а только перераспределяют национальные ресурсы;
- противодействуют развитию долгосрочных государственных программ, заменяя их краткосрочными проектами, т.к. заинтересованы в быстром использовании бюджетных средств, что априори препятствует развитию инновационной деятельности и модернизации экономики;
- повсеместно вытесняют профессионалов, заменяя их нужными и послушными людьми;
- способствуют рейдерскому захвату бизнеса;
- решают собственные задачи за счет государственных интересов, при этом чиновники получают государственную зарплату.

Системы взаимных обязательств, формирующихся в коррупционных сетях, представляет собой главную опасность для государства, уничтожают его социальную направленность. Существование и действия коррупционных сетей способствует развитию криминального сознания в обществе, господству группового эгоизма, равнодушия и жестокости, распространению преступности и правового нигилизма, что приводит к ослаблению государственной власти, спаду в экономике, сильному социальному расслоению, окончательному распаду гражданского общества (Максимцев, Локшина, Бахрах, 2011).

Помимо коррупционных сетей большое влияние на экономическую и социальную жизнь общества оказывает и низовая коррупция, которая действует наравне с верхушечной, но существует за счет горизонтальных и низшего уровня вертикальных связей.

Низовая и верхушечная коррупция присутствуют, но по-разному проявляются в отдельных сферах: в здравоохранении, образовании, жилищно-коммунальной сфере, в правоохранительных органах (милиция, автоинспекция), в области налогов и различных сборов (штрафы), при призыве на военную службу, выдаче разрешения на различные виды деятельности, осуществлении контроля со стороны государственных служб.

«Коррупция сверху» или верхушечная коррупция – это коррупция со стороны политической и государственной власти, где цена вопроса очень высока и, следовательно, подкреплена довольно значительными материальными вознаграждениями.

Повседневная, «низовая» коррупция сама по себе обладает минимальным риском для всех участников сделки. Она сопровождает нашу жизнь, позволяя решать различные бытовые проблемы. Низовая коррупция возникает при взаимодействии человека с государственными и властными структурами в различных сферах: ЖКХ, правоохранительных органах, медицинском обслуживании, системе образования, системе налогообложения и таможенных сборов, призыве на военную службу.

Когда низовая коррупция приобретает масштабные формы, она становится не менее опасной, чем коррупция в высших эшелонах власти, т.к. является благоприятным психологическим фоном для существования различных форм коррупции. Низовая коррупция служит базой для вертикальной коррупции, которая, в свою очередь, формирует организованные структуры и сообщества, трансформирующиеся в коррупционные сети.

Низовая коррупция может проявляться в форме материального вознаграждения (но в гораздо меньших размерах, чем при вершечной коррупции); предоставления привилегий по службе. Как и любой другой вид коррупции, она сопровождается использованием служебного положения в личных целях и преднамеренным нарушением служебного долга.

Ниже приводятся примеры коррупционных отношений в российском образовании и здравоохранении.

Коррупция в системе образования проявляется в следующих формах:

1. Злоупотребления при распределении бюджетных средств (в т.ч. грантов):

- использование административного ресурса;
- нецелевое использование и хищение ресурсов и инвестиций;
- создание системы откатов.

2. Получение и дача взятки (завуалированная форма взятки в виде подарков и оказания различных услуг):

– получение взятки за устройство детей в ясли, детские сады и общеобразовательные школы;

– взятки при сдаче ЕГЭ;

– взятка за поступление в высшее учебное заведение (самое распространенное преступление – до 80 %);

– репетиторство членами экзаменационных комиссий;

– получение взятки за сдачу экзаменов и зачетов в учреждениях среднего и высшего профессионального образования;

– плата за поступление на платное обучение в интернатуру, причем она может быть выше для студентов из Закавказья и стран СНГ;

– получение взятки за гарантию защиты диссертации;

– получение взятки за заключение договора аренды помещений в образовательном учреждении.

3. Превышение должностных полномочий и злоупотребление ими:

– незаконная сдача в аренду государственного имущества;

– продажа государственного имущества;

– отчуждение имущества и земель учреждений образования в пользу руководителей, чиновников и предпринимателей.

4. Мошенничество, совершенное лицом с использованием своего служебного положения:

– создание «вузов-подснежников» – коммерческих вузов не ведущих научно-образовательный процесс;

– лицензирование вузов, нарушающих образовательные стандарты;

– продажа дипломов и аттестатов лицам, не прошедшим обучения в образовательном учреждении;

– изготовление и сбыт поддельных документов об образовании.

Сегодня в России совершенно открыто действует широко развитая индустрия торговли поддельными дипломами (Максимцев, Локшина, Бахрах, 2011).

Наряду с коррупцией в системе образования велик уровень коррупционных сделок в строительстве, системе ЖКХ, среди сотрудников органов внутренних дел, здравоохранения и др.

То, что коррупция проникла во все отрасли медицины уже признано на высшем государственном уровне. Комитет Государственной Думы по безопасности, проанализировав материалы Генпрокуратуры, МВД, Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения пришел к неутешительным выводам – коррупция растет и в количественном, и в стоимостном выражении. Данные социологов о черных доходах в медицине говорят, что размер теневых выплат населения врачам в России оценивается в 600 млн. долларов в год (Максимцев, Локшина, Бахрах, 2012).

Коррупция в медицине характеризуется такими же видами, как и во всех остальных отраслях экономики: низовая, горизонтальная, вертикальная, и сетевая.

*Низовая коррупция.* Взятки за госпитализацию; за операции; за выдачу больничных листов, санитарных книжек; за заключение о смерти без указания истинной ее причины и т.д. В этом виде коррупции принимают участие два лица.

*Горизонтальная коррупция.* Поборы при прохождении комиссий для получения инвалидности, для получения водительских прав; кража у пациента дорогостоящих лекарств с заменой их на более дешевые; получение мзды за выписку рецептов для получения бесплатных лекарств. Участниками сделок являются несколько человек, находящихся в сговоре.

*Вертикальная коррупция.* Взятки: за лицензию на право функционирования медицинского учреждения; руководству раз-

ных уровней медицинского учреждения в виде благотворительных взносов для клиник; чиновникам на получение лицензии на размещение частных медицинских центров и клиник на территории бюджетных медицинских учреждений; – за устройство на работу в лечебные учреждения медицинского персонала с низким уровнем квалификации, в частных клиниках к тому же идет прием на работу на «хлебные» места своих людей без профильного образования, тем самым происходит замена высококвалифицированных профессионалов «нужными» людьми.

Неоказание срочной медицинской помощи без получения взяток; необоснованное завышение стоимости оказанных услуг; взятки в образовательных медицинских учреждениях (при поступлении, обучении, прохождении ординатуры). Последние три вида можно рассматривать и как низовую, и как вертикальную коррупцию.

*Сетевая коррупция.* К сетевой коррупции относится и система откатов при реализации государственных проектов, закупке оборудования, медикаментов. Кроме того, к этому виду коррупции следует отнести и то, что значительная часть рынка наркотических и психотропных веществ существует за счет хищений в онкологических (что особенно трагично для этих тяжелых больных, остающихся без лекарств) и психоневрологических диспансерах и хирургических клиниках.

Как особый вид сетевой коррупции можно рассматривать деятельность некоторых медицинских центров, которые, используя государственную лицензию, оказывают ряд незаконных услуг по получению больничных листов<sup>2</sup> (можно заказать больничный лист задним числом, указать желаемый диагноз), санитарных книжек, различных справок (о профосмотре, в бассейн, прохождение флюорографии, освобождение от физкультуры, оформление документов для закрытия прогулов, получения академического отпуска и т.д.). Стоимость продаваемых документов колеблется от 1300 до 2500 руб. Как следствие – периодически обнаруживается, что неадекватный человек имеет водительские права, воспитатель детского сада болен сифилисом, кто-то преподает в школе, имея открытую форму туберкулеза, повара являются бациллоносителями кишечных инфекций и т.п.

---

<sup>2</sup> Так, например, по запросу «купить больничный лист» в Интернете было получено 407000 ответов, а в рекламе одного из центров говорится о том, «больничный лист купить сейчас просто, удобно и выгодно!».

Функционирование таких центров, с одной стороны, наносит колоссальный экономический ущерб государству, с другой – оказывает не только физический, но и огромный моральный вред, открыто демонстрируя безнаказанность подобной деятельности, способствует росту цинизма и преступности, и в конечном итоге, представляет реальную угрозу для общества.

Еще одним источником незаконного обогащения является перераспределение лекарственных средств. Лекарства, не дошедшие до пациентов, реализуются в сетях аптек, вырастающих как грибы вокруг больниц, а доходы распределяются между администрацией лечебных учреждений и чиновниками, выделяющими соответствующие квоты как на приобретение лекарств, так и на оборудование.

Согласно Федеральному закону «О противодействии коррупции» от 25 декабря 2008 г., коррупция – это «злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами» (Федеральный закон Российской Федерации от 25 декабря 2008 г. N 273-ФЗ «О противодействии коррупции». Ст. 1, п.1.).

Коррупция – многоаспектное многоуровневое системное социальное явление, интегрирующее в себе все стороны жизни. По мнению Е.В. Охотского, «коррупция, по сути дела, стала альтернативой праву и морали. Она активно воздействует на общественное сознание и личные взгляды, формирует выгодные для себя морально-нравственные установки, определяет правовую культуру и нравственный климат в обществе, лишает, в конечном счете, право и мораль монополии регулирования общественными отношениями, решает буквально все, причем очень быстро: был бы «интерес» и «ресурс» (Охотский, 2009).

А.Е. Чуклинов считает, что коррупцию необходимо рассматривать «не только в качестве противоправного деяния, но и в виде особого типа социально-политического поведения со смещенной системой ценностных ориентиров. Коррупция становится существенным фактором правового регулирования жизни общества, оставляя в сто-

роне морально-этические нормы и социально-психологические оценки» (Чуклинов, 2004).

Коррупция разрушает все нравственные устои и государственные институты. Негативными последствиями коррупции являются:

*в области экономических отношений:*

- опережающий рост деловой коррупции, который препятствует модернизации экономики;
- уничтожение здоровой конкуренции;
- дисбаланс в экономике;
- увеличение транзакционных издержек за счет появления множественных посредников при заключении договоров и сделок;
- увеличение сроков прохождения проектов на стадиях согласования, утверждения и реализации;
- замораживание эффективных инновационных проектов;
- злоупотребления при распределении ресурсов и инвестиций;
- нецелевое использование выделенных ресурсов и инвестиций;
- создание системы откатов;
- сокрытие доходов и уход от уплаты налогов
- устройство на работу на руководящие должности некомпетентных родственников и знакомых, неспособных отвечать за работу.

*в области политических отношений:*

- недоверие к политической и экономической деятельности государства на международном уровне;
- доминирование чиновничества и политической элиты,
- сращивание финансовой, экономической и политической элиты;
- проникновение в исполнительные и властные структуры криминальных элементов;
- нарушение законности и правопорядка;

*в области социальных отношений:*

- нарушение конституционных прав на труд, жилье, получение образования и медицинской помощи;
- нарушение социальной справедливости;
- расслоение общества из-за огромного разрыва доходов населения, увеличение числа бедных, особенно среди женщин;

*в области культурных отношений:*

- нарушение моральных и нравственных норм;
- снижение уровня общего и специального образования;
- сокращение и уничтожение некоторых направлений среднего специального образования;



- снижение уровня представляемых культурных проектов;
- доминирование кланов в культуре и искусстве.

Коррупция очень глубоко и прочно укоренилась в России, стала повседневным элементом жизни, слишком далеко зашли деяния коррупционеров. Говорить об эффективности законодательных мер борьбы с коррупцией пока не приходится. Некоторые коррупционные преступления очень легко раскрыть, однако, как правило, расследования заходят в тупик.

Утрата доверия населения к властным и исполнительным структурам, а также ощущение несправедливости и цинизма происходящего приводят к негативным изменениям экономического сознания, которые могут повлечь изменение мотивации и сформировать интолерантное экономическое поведение субъектов хозяйственной деятельности. Следствием коррупции являются деморализация общества, подрыв экономической, политической и, в конечном итоге, национальной безопасности государства.

Для преодоления коррупции требуются объединенные и целенаправленные усилия и государства, и всего населения. Одним из самых главных условий успешной борьбы с коррупцией должно стать возрождение в обществе духовно-нравственных ценностей.

### ***Литература***

Абадиев А.М. Коррупционные сети в российском государственном управлении: Политико-правовой анализ: Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. – Ростов-на-Дону, 2008. – 26 с.

Бардиер Г.Л. Интолерантность и девиантное поведение в бизнесе: Препринт. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 41 с.

Диагностика российской коррупции: социологический анализ (краткое резюме доклада). Материал для публикации подготовлен Г.Сатаровым // Право и безопасность. – 2002. – № 2–3 (3–4). [www.anti-corr.ru](http://www.anti-corr.ru).

Качкина Т.Б. Коррупция и основные элементы стратегии противодействия ей: Учебное пособие / Качкина Т.Б., Качкин А.В., – Ульяновск: Областная типография «Печатный двор», 2010, – 80 с.

Максимцев И.А., Локшина Э.Х., Бахрах О.А. К вопросу о коррупции и коррупционных сетях // Психология и управление в экономике. – 2011. – № 2 [6]. – С. 26–33.

Максимцев И.А., Локшина Э.Х., Бахрах О.А. Образование и коррупция: экономико-психологический аспект. Одиннадцатая международная научно-практическая конференция «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития» 23–25 ноября 2011 г.: материалы конференции – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – С. 8–17.

Максимцев И.А, Локшина Э.Х., Бахрах О.А. Коррупция: морально-этический и экономико-психологические аспекты // Психология в управлении и экономике. –2011. –№2 (6). – С. 26–33.

Максимцев И.А, Локшина Э.Х., Бахрах О.А. Экономическое поведение и коррупция // Психология в управлении и экономике. – 2010. – №2 (4). – С. 24–32.

Максимцев И.А., Локшина Э.Х., Бахрах О.А. Коррупция в здравоохранении: экономико-психологический аспект Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: материалы тринадцатой международной практической конференции / под общей редакцией д-ра психол. наук А.Д. Карнышева. – Иркутск: Изд-во «Репроцентр А1», 2012. – С. 129–134.

Материалы: Центра антикоррупционных исследований и инициатив «Трансперенси Интернешнл-Р» (<http://www.transparency.org.ru>) [электронный ресурс].

Нестик Т.А. Коррупция и культура // Теневая экономика в советском и постсоветском обществах. Ч .2. Статьи. – М., 2002.

Охотский Е. В. Коррупция: сущность, меры противодействия // Социологические исследования. – 2009. – №9 (305). – С. 25–33.

Рябов Ф.В. К проблеме девиантного экономического поведения // II Всероссийская научно-практическая конференция «Современные проблемы экономической психологии и этики делового общения в трудовой, управленческой и предпринимательской деятельности». 18–22 октября 1999 г.: Материалы конференции. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – С.149–151.1999.

Федеральный закон Российской Федерации от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции». Ст. 1, п.1.

Чуклинов А.Е. Административный ресурс как специфическая форма политической коррупции: специализированный учебный курс / Под ред. Е.В. Кобзевой. – Саратов: Саратовский Центр по исследованию проблем организованной преступности и коррупции, 2004.– 50 с.

## CAUSE AND EFFECT OF CORRUPTION: ECONOMIC AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS

*I.A. Maksimtsev, E.H. Lokshina*  
(St.-Petersburg, Russia)

### **Abstract**

*Economic and psychological aspects of corruption and causes (economic, institutional, social and cultural) are examined. Corruption is defined as deviant economic behavior and types of corruption are described. Corruption in Russian education and health system is analysed. Negative consequences of corruption for economy, politics, social relations and culture are presented.*

**Keywords.** *Corruption, causes of corruption, deviant economic behavior, types of corruption, corrupt relations, networks of corruption.*

# SATISFICING DECISION PROCEDURE AND OPTIMAL CONSUMPTION-LEISURE CHOICE

**Sergey Malakhov**  
(Grenoble, France)

## **Abstract**

*The paper argues that when a consumer searches for a lower price, a satisficing decision procedure equalizes marginal costs of search with its marginal benefit. The consumer can maximize the utility of his consumption-leisure choice with regard to the equality of marginal values of search. Therefore, the satisficing decision procedure results in the optimizing consumer behavior.*

**Keywords.** *Satisficing decision procedure, marginal costs, marginal benefit, consumption-leisure choice.*

JEL Classification: D11, D83.

The discussion between the search-satisficing concept and the neo-classical paradigm has a long story. In 1957 H.Simon revived the Scottish word *satisficing* to denote decision making “*that sets an aspiration level, searches until an alternative is found that is satisfactory by the aspiration level criterion, and selects that alternative*”. The confrontation between two approaches had reached its peak in 1977 when H.Simon presented his Richard T. Ely Lecture. Then, the discussion went into decline, but from time to time researchers in different fields animated it (see for example Slote (1989), Schwartz et al. (2002), Fellner et al. (2006)). As a result, the theory of consumer behavior has accepted the strict distinction between «maximizers» and «satisficers» (Lewer et al. (2009)) Unfortunately, opponents forget the fact that H.Simon himself paid attention to the possibility of matching the satisficing and optimizing procedures. In 1972 he wrote: «*A satisficing decision procedure can be often turned into a procedure for optimizing by introducing a rule for optimal amount of search, or, what amounts to the same thing, a rule for fixing the aspiration level optimally.*» (Simon, 1972, p.170)

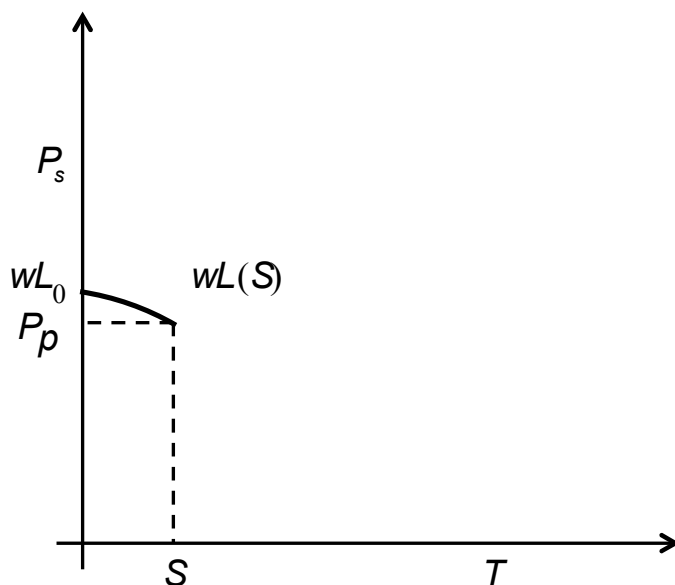
This note tries to restore the methodological equilibrium. The rule for optimal amount of search is derived from the reserve maximization model, which emphasizes the role of the need to save for daily expenses and purchases (Malakhov, 2011b). This paper shows how a satisficing

decision procedure results in an optimal search-stopping rule and in an optimal consumption-leisure choice.

Let us start with the famous distinction between an optimizing model and a satisficing model. In 1978 H. Simon wrote: «*In an optimizing model, the correct point of termination is found by equating the marginal cost of search with the (expected) marginal improvement in the set of alternatives. In a satisficing model, search terminates when the best offer exceeds an aspiration level that itself adjusts gradually to the value of the offers received so far*» (Simon, 1978, p.10).

Suppose a consumer who ignores the starting price of the search  $P_s$ , because he has already reserved the labor income  $wL_0$  for the purchase of an item  $Q = I$ . He begins to search for a cheaper price and he concludes the search at the satisficing purchase price  $P_p$ .

We can expose this procedure, where  $T$  is the time horizon of the consumption-leisure choice,  $wL = wL(S)$  is the labor income and  $\partial L / \partial S < 0$ , because the best offer  $P_p$  exceeds the aspiration level  $wL_0$  (Fig.1):



*Fig.1*

The points  $(T, P_p)$  gives us the value  $P_0$ . Then, we can reconstruct the  $QP(S)$  curve ( $\partial P / \partial S < 0$ ) and the  $wL(S)$  curve ( $\partial L / \partial S < 0$ ), where the  $(P_0, T)$  line gives us the value of the price reduction  $\partial P / \partial S$  at the point  $P_p$  with respect to the time horizon of the consumption-leisure choice (Fig.2):

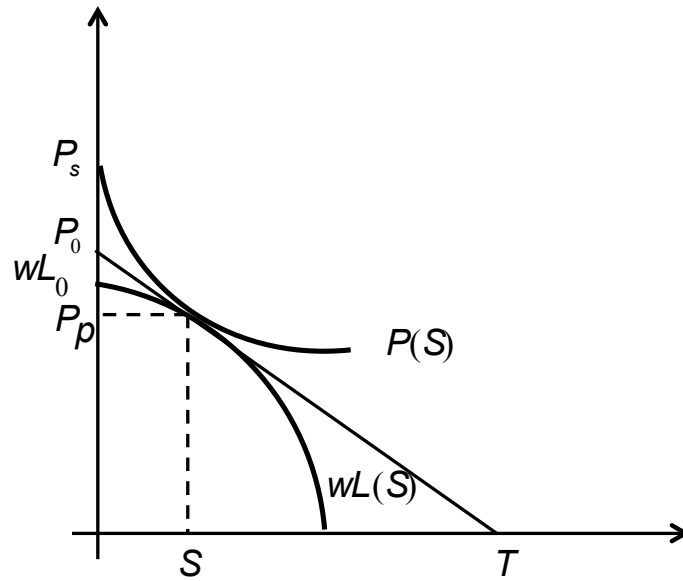


Fig.2

If the marginal utility of the search is diminishing, we have  $\partial^2 P / \partial S^2 > 0$ . If the marginal utility of labor is also diminishing, because it leaves fewer productive hours for the search, we have  $\partial^2 L / \partial S^2 < 0$ . The last consideration is supported by the fact that the search substitutes not only the labor but also the leisure. The substitution of leisure time slows down the decrease in labor time and results in the value  $\partial^2 L / \partial S^2 < 0$ .

In this simple manner we reproduce the search-satisficing procedure in the framework of the reserve maximization model, where  $R(S) = wL(S) - QP(S)$  (Appendix). However, the analytics of the satisficing procedure changes some properties of the monetary model of the reserve for future purchases, where the value  $wL(S)$  represents the total labor income and the value  $QP(S)$  represents expenditures on the chosen item. The satisficing procedure reduces the labor income to the level that is required to purchase the chosen item. Here, the reserve for future purchases becomes equal to zero. However, this analytical adjustment doesn't change the key equation of the reserve maximization model, where the maximum of the reserve for future purchases ( $\partial R / \partial S = 0$ ) equalizes marginal costs of search, derived from the labor income  $wL(S)$  lost during the search, with its marginal benefit, derived from the decrease in expenditures  $QP(S)$ , or:

$$Q \frac{\partial P}{\partial S} = w \frac{\partial L}{\partial S} \quad (1)$$

The key equation of the reserve maximization model depends on a given price reduction  $\partial P/\partial S$  and an individual propensity to search  $\partial L/\partial S$ . As it has been noted, the propensity to search  $\partial L/\partial S$  depends not only on the decrease in labor time, but also on the decrease in leisure time. This consideration re-arranges the value of the individual propensity to search with regard to the total allocation of time:

$$\begin{aligned} L(S) &= T - H(S) - S; \\ \partial L / \partial S &= -\partial H / \partial S - 1; \\ dH(S) &= dS \frac{\partial H}{\partial S} = -dS \frac{H}{T} \Rightarrow \frac{\partial L}{\partial S} = -\frac{\partial H}{\partial S} - 1 = \frac{H - T}{T}. \end{aligned} \quad (2)$$

The key equation of the reserve maximization model takes the following form:

$$Q \frac{\partial P}{\partial S} = w \frac{\partial L}{\partial S} = w \frac{H - T}{T} = -w \frac{L + S}{T} \quad (3)$$

The last equation describes the equality of marginal values of search at the level of the purchase price  $P_P$ . If we complement this equation by the Fig.2, we can describe the hypothetical  $P_\theta$  for  $Q = 1$  in the following form:

$$P_\theta = -T \times \partial P / \partial S = w \times (L + S) \quad (4)$$

Let us suppose that the Fig.2 creates the graphic illusion, the purchase price doesn't produce the equality of marginal values of search, and the marginal costs of search are still less than its marginal benefit at the  $P_P$  level, or

$$\left| w \frac{\partial L}{\partial S} \right| < \left| \frac{\partial P}{\partial S} \right| \quad (5)$$

This case results in another hypothetical value  $P_\theta' = w(L' + S') < P_\theta = w(L + S)$ . However, due to the rule of  $\partial^2 L / \partial S^2 < 0$ , when  $\partial L / \partial S = (H - T) / T$ , the inequality  $(L' + S') < (L + S)$  results in the following inequalities:  $L' > L$  and  $S' < S$ . It means that our assumption is

false, because the hypothetical amount of search  $S'$  is less than the actual amount of search  $S$ .

The same indirect proof can be used when it is supposed that at the purchase price level the marginal costs of search are decreasing already faster than its marginal benefit. The only difference is that this case can be eliminated from the analysis by definition, because it requires recognition that the chosen price is not satisficing.

Now we can say that *when the consumer chooses the satisficing price, his decision equalizes marginal costs of search with its marginal benefit with respect to the time horizon of his consumption-leisure choice*. In addition, according to the reserve maximization model, *he maximizes at the purchase price level the utility of his consumption-leisure choice*.

The consumer maximizes the utility  $U(Q,H)$  of his consumption-leisure choice when (Appendix):

$$\begin{aligned} \frac{\partial U / \partial H}{\partial U / \partial Q} &= MRS(H \text{ for } Q) = -\frac{Q}{\partial L / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H = -\frac{w}{\partial P / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H; \\ \partial^2 L / \partial S \partial H &= \frac{\partial \frac{H-T}{T}}{\partial H} = 1/T \\ \frac{\partial U / \partial H}{\partial U / \partial Q} &= MRS(H \text{ for } Q) = -\frac{Q}{T \times \partial L / \partial S} = \frac{Q}{L+S} = -\frac{w}{T \times \partial P / \partial S} = \frac{w}{P_0} \end{aligned} \quad (6)$$

We can see that hypothetical  $P_0$  value gets more and more new features. The consumer maximizes his utility not with respect to the purchase price, but with respect to the price that is equal to his all potential labor income  $w(L+S)$ . Indeed, the  $(P_0, T)$  line represents the set of  $(w, \partial L / \partial S)$  pairs, where different wage rates results in different propensities to search. This consideration corresponds to the  $P_0$  value itself. There is a wage rate that makes the search inefficient. This wage rate reduces the amount of search to zero and the  $P_0$  value equalizes itself marginal values of search. However, when the amount of search is equal to zero, it doesn't mean that the propensity to search  $\partial L / \partial S$  is also equal to zero. It is still equal to the  $(H-T)/T$  value, where  $(T-H) = L$ . This value, multiplied by the given wage rate, becomes equal to the absolute value of price reduction  $|\partial P / \partial S|$  just at the "zero level" of the search.

We can presuppose, that when the price  $P_0$  is equal to the potential labor income  $w \times (T - H)$ , it represents the consumer's *willingness to pay* (*WTP*). The consumer doesn't buy at the starting price  $P_S$  but he is ready to buy at the  $wL_0$  level. The  $wL_0$  level cannot represent the highest price a buyer is willing to pay for a chosen item. The reserved labor income  $wL_0$  represents the aspiration level, i.e., the price a buyer is really willing to find relatively to his maximum willingness to pay. Therefore, there is a price between the  $P_S$  level and the  $wL_0$  level, where the consumer is indifferent whether to buy or not. The value  $P_0$  represents a solution for this problem, because the utility  $U(w \times (T - H) - P_0 = 0, Q, H) = U(w \times (T - H), 0, H)$ .

If the  $P_0$  value becomes a monopoly price, the consumer should spend all his disposable active ( $L+S$ ) time on work in order to buy the chosen item. However, the increase in the total labor supply will reduce wage rates and will make the  $P_0$  value unattainable. So, the monopoly doesn't enter the market. Indeed, when different consumers with different wage rates have the same willingness to pay it just means that the demand is inelastic and it is not interesting to the monopoly.<sup>1</sup> There, consumers with low wage rate insistently search for chosen items. They are limited only by their physical and/or psychological minimum of leisure time, which creates a choice – either to quit the market or to shift from the ‘common model’ of behavior to the ‘leisure model’ of behavior, i.e., to cut definitely labor time in order to extend search and to find the chosen item in any way and to increase leisure time (Malakhov, 2011b).

On the other hand, when the purchase price  $P_P$  represents the equilibrium price, the optimal amount of search  $S$  is uniquely defined by the willingness to pay. We can simply repeat the proof for  $P_{0i}$  and  $P_{0j}$  values in order to demonstrate that  $P_P$  value equalizes marginal costs with marginal benefits for the corresponding amounts of search  $S_{0i}$  and  $S_{0j}$  for the given wage rate  $w$  (Fig.3):

---

<sup>1</sup> Two individuals with different wage rate could have the same willingness to pay when the individual with the higher wage rate has a real chance to buy a substitute, which is unattainable for the individual with the low wage rate (S.M.)



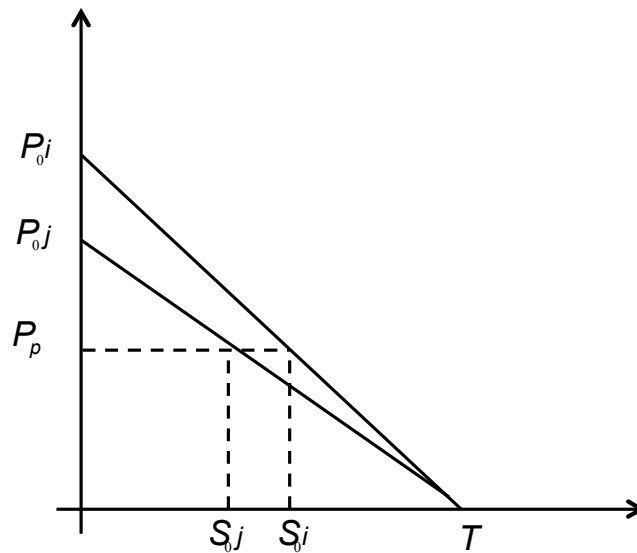


Fig.3

What happens, if the consumer finds the reservation price soon? According to the Equation 4, the short search time results in the lower absolute value of price reduction  $|\partial P/\partial S|$  and in the lower willingness to pay  $P_{0j}$ . The lower absolute value of price reduction  $|\partial P/\partial S|$  increases the monetary  $MRS$  ( $H$  for  $Q$ )  $= -w/(T \times \partial P/\partial S)$ . However, at the same time, due to  $\partial^2 L/\partial S^2 < 0$ , the short search time results in the lower  $(L + S)$  value. But this lower  $(L + S)$  value increases the physical  $MRS$  ( $H$  for  $Q$ )  $= Q/(L + S)$  (Appendix). Even if the consumer finds the interesting price before and if he accepts it, he equalizes marginal costs of search with its marginal benefit and he maximizes the utility of his choice. This situation simply means that he has overestimated his willingness to pay, produced by price uncertainty. And the market corrects his expectations.

However, the reverse case, when he cannot find the interesting price in time, cannot exist. The extended search produces  $P_0$ -values that are higher than his willingness to pay and, therefore, the extended search results in the corner solution. But another consumer, who lives far away, can undertake the extended search, because he has higher willingness to pay.

Finally, let us pay attention to the situation when the same amount of search results in a price  $P' < P_p$ , i.e., when the best offer significantly exceeds the aspiration level – the case that challenges the optimizing approach. Here we realize that the absolute value of the actual price reduction  $|\Delta P/\Delta S|$  is greater than its planned value. It seems that if the

consumer accepts this price, he doesn't equalize marginal costs of the search  $|w \times \partial L / \partial S|$  with its marginal benefit  $|Q \times \partial P / \partial S|$ , because the allocation of time and, therefore, the propensity to search  $\partial L / \partial S = (H - T) / T$  have not been changed.

However, his decision nonetheless changes both the allocation of time and the propensity to search. The equation (4) shows that for the given willingness to pay  $P_0$  the greater absolute value of price reduction  $|\partial P / \partial S|$  decreases the value  $T$  of the time horizon. However, the time horizon of the consumption-leisure choice depends on the products' life-cycles. The lower price can exhibit the coming expiration date for pork sausages, for example.

If we go back to the Friedman's metaphor, we should say that billiards is played by two people. The seller doesn't bother about consumer's marginal values of search, but he either cut the price for yesterday's «fresh» sausages, or he offers packed pork sausages with extended shelf life. In addition, if the consumer buys yesterday's «fresh» sausages, he should quickly eat them.

The integration of the satisficing decision procedure with the reserve maximization model produces the general relationship between prices, savings on purchases, the search, and the time horizon of consumption-leisure choice:

$$\frac{\Delta S}{T} = - \frac{\Delta P}{P_0} \quad (7)$$

We see that the absolute value of price reduction  $|\Delta P / \Delta S|$  is equal to the  $P_0 / T$  ratio. If the consumer finds the lower price and if he accepts it, he inevitably decreases the time horizon of his consumption-leisure choice. But now the short time horizon increases the absolute value of price reduction  $|\partial P / \partial S|$ . However, while the value  $P_0 = w(L + S)$  remains constant, the decrease in the time horizon is equal to the decrease in the leisure time, or  $\Delta T = \Delta H$ . Therefore, the decrease in the time horizon also rises the absolute value of propensity to search  $|\partial L / \partial S|$ , where  $\partial L / \partial S = ((H - \Delta H) - (T - \Delta T)) / (T - \Delta T) = (H - T) / (T - \Delta T)$ . It is easy to show that the change in the time horizon increases proportionally both absolute values of the propensity to search  $|\partial L / \partial S|$  and of the price reduction  $|\partial P / \partial S|$ , because now  $\partial P / \partial S = -P_0 / (T - \Delta T)$ . Therefore, the marginal values of search become equal again.

The last example is very important from both methodological and practical points of view. The  $MRS(H \text{ for } Q)$ , produced by the reserve maximization model, takes the value of the time horizon  $T$  as the independent variable. This methodological advantage results in simple recalculations of the  $MRS (H \text{ for } Q)$  with regard to the time horizon of the shelf life.

However, if we take the planned  $\Delta P/\Delta S$  value as the starting point of the sufficient decision procedure, the value of the time horizon becomes the dependent value, now on the planned efficiency  $\Delta P/\Delta S$  of the search itself.

Sometimes high aspiration levels result in unrealistic  $\Delta P/\Delta S$ -expectations. However, unrealistic  $\Delta P/\Delta S$ -values usually result in corner solutions. It means, that the market, when it “sells” products’ lifecycles or shelf lives, tries to adjust  $\Delta P/\Delta S$ -expectations in order to restore the equation (5). In 1979 Kapteyn et al. presented the brilliant example of this kind of adjustment. The authors demonstrated that purchase decisions concerned durables were satisficing rather than maximizing (Kapteyn et al. 1979, p.559.). Now we can say that consumers’ reports for that study had simply documented the adjustment of their aspiration levels to the time horizons of their optimal consumption-leisure choices. The equation (7) demonstrates how, other things being equal, the increase in the time horizon of the consumption-leisure choice reduces the absolute value of planned economy on search  $|\Delta P/\Delta S|$  and, therefore, moderates the aspiration level.<sup>2</sup>

We see that the search-satisficing concept and the optimizing approach complements each other. When the consumer does not have accurate knowledge of prices he reserves the labor income  $wL_0$  and begins to search for a satisficing price. When he concludes the search at the satisficing level, the purchase price one way or another equalizes marginal costs of search with its marginal benefit and maximizes the utility of the consumption-leisure choice.

#### *Appendix.*

Suppose that the general relationship between the benefits and costs of a search is given by  $R(S) = wL(S) - QP(S)$ , where

$wL(S)$  – labor income  $wL$ , diminishing during the search  $S$  ( $\partial L/\partial S < 0$ ),

---

<sup>2</sup> The analysis of the paradox of little pre-purchase search for durables is presented in (Malakhov, 2012a).

$QP(S)$  – expenditures on fixed or pre-allocated quantity ( $\partial P/\partial S < 0$ ),  
 $R(S)$  – reserve (saving) for daily expenses and for purchases.

When the consumer concludes the search, he maximizes the reserve for purchases:

$$\frac{\partial R}{\partial S} = 0 \Leftrightarrow Q \frac{\partial P}{\partial S} = w \frac{\partial L}{\partial S}$$

The consumer can optimize the consumption-leisure choice ( $Q, H$ ) with respect to the equality of the marginal values of the search. We can re-write the equation (1) to obtain the following constraint:

$$w = Q \frac{\partial P / \partial S}{\partial L / \partial S}$$

Setting the Lagrangian expression  $\Lambda = U(Q, H) + \lambda(w - Q \frac{\partial P / \partial S}{\partial L / \partial S})$ , the first-order conditions for a maximum are

$$\frac{\partial \Lambda}{\partial Q} = \frac{\partial U}{\partial Q} - \lambda \frac{\partial P / \partial S}{\partial L / \partial S} = 0; \quad \frac{\partial \Lambda}{\partial H} = \frac{\partial U}{\partial H} - \lambda Q \frac{\partial \frac{\partial P / \partial S}{\partial L / \partial S}}{\partial H} = 0.$$

Trying to determine the marginal rate of substitution of leisure for consumption, we get<sup>3</sup>

$$\begin{aligned} \frac{\partial U / \partial H}{\partial U / \partial Q} &= \frac{\partial Q \frac{\partial P / \partial S}{\partial L / \partial S} / \partial H}{\frac{\partial P / \partial S}{\partial L / \partial S}} = -Q \frac{\frac{\partial P / \partial S \times \partial^2 L / \partial S \partial H}{\partial L / \partial S}}{(\partial L / \partial S)^2} = -\frac{Q}{\partial L / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H; \\ Q \frac{\partial P}{\partial S} &= w \frac{\partial L}{\partial S} \Rightarrow \frac{Q}{\partial L / \partial S} = \frac{w}{\partial P / \partial S} \Rightarrow \\ \frac{\partial U / \partial H}{\partial U / \partial Q} &= MRS(H \text{ for } Q) = -\frac{w}{\partial P / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H \end{aligned} \quad . (8)$$

<sup>3</sup> If we presuppose that an individual can always adjust price reduction to a pre-allocated quantity ( $\partial P/\partial S = \partial P/\partial S(Q)$ ) and to target leisure time ( $\partial P/\partial S = \partial P/\partial S(H)$ ), consumption and leisure become perfect complements. The model implies that consumers can choose a market with certain price dispersion, but they are still price-takers there—now, *price-reduction takers*.

We can see that equation (1) offers the possibility to present the *MRS (H for Q)* in two interrelated forms, a physical form and a monetary form:

$$\frac{\partial U / \partial H}{\partial U / \partial Q} = MRS(HforQ) = -\frac{Q}{\partial L / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H = -\frac{w}{\partial P / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H. \quad (9)$$

Both of these forms include the value  $\partial^2 L / \partial S \partial H$ . If we denote  $\partial L / \partial S = \partial L / \partial S(H)$ , we get  $\partial^2 L / \partial S \partial H = 1/T$ , where the value  $T$  represents the time horizon of the consumption-leisure choice:

$$\begin{aligned} L(S) = T - H(S) - S &\Rightarrow \partial L / \partial S = -\partial H / \partial S - 1; \\ dH(S) = dS \frac{\partial H}{\partial S} = -dS \frac{H}{T} &\Rightarrow \frac{\partial L}{\partial S}(H) = -\frac{\partial H}{\partial S} - 1 = \frac{H - T}{T} \Rightarrow \partial^2 L / \partial S \partial H = 1/T. \end{aligned} \quad (10)$$

The physical form of the *MRS (H for Q)* results in the following equation:

$$MRS(HforQ) = -\frac{Q}{\partial L / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H = -\frac{Q \times T}{T(H - T)} = \frac{Q}{L + S}. \quad (11)$$

Now we can present the *MRS (H for Q)* with regard to the elasticity of substitution between leisure and consumption:

$$\begin{aligned} MRS(HforQ) &= -\frac{\partial Q}{\partial H} = -\frac{w}{\partial P / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H = -\frac{Q}{\partial L / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H; \\ \frac{\partial Q}{\partial H} &= \frac{w}{\partial P / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H = \frac{Q}{\partial L / \partial S} \partial^2 L / \partial S \partial H = \frac{QT}{(H - T)T} \frac{1}{H} = \frac{Q}{H} \frac{H}{(H - T)} = \frac{Q}{H} \frac{(H - T + T)}{(H - T)}; \\ \frac{\partial Q}{\partial H} &= \frac{Q}{H} \left(1 + \frac{T}{H - T}\right) = \frac{Q}{H} \left(1 + \frac{1}{\partial L / \partial S}\right) = \frac{Q}{H} \left(\frac{\partial L / \partial S + 1}{\partial L / \partial S}\right); \\ \text{if } \partial L / \partial S &= -\alpha \Rightarrow \frac{\partial Q}{\partial H} = -\frac{Q}{H} \left(\frac{1 - \alpha}{\alpha}\right) \\ MRS(HforQ) &= \left(\frac{1 - \alpha}{\alpha}\right) \frac{Q}{H} = \left(\frac{-\partial H / \partial S}{-\partial L / \partial S}\right) \frac{Q}{H} \end{aligned} \quad (12)$$

We can get the same result for the following Cobb-Douglas utility function:

$$U(Q, H) = Q^{-\partial L / \partial S} H^{\partial H / \partial S} \quad (13)$$

If we follow the  $\partial L / \partial S + \partial H / \partial S + 1 = 0$  rule, the elasticity of substitution between leisure and consumption is  $\sigma = 1$ .

## References

Fellner, G., Guth, W., Martin E. 2006. Satisficing or Optimizing? An Experimental Study. Max-Planck-Institut für Ökonomik. *Papers on Strategic Interaction*, 11.

Friedman, M. 1953. *Essays in Positive Economics*. Part I. The Methodology of Positive Economics. University of Chicago Press (1953) 1970.

Kapteyn A., Wansbeek T., Buyze J. 1979. Maximizing or Satisficing. *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 61, No. 4, pp. 549–563.

Lewer, J., Gerlich, N., Gretz, R. 2009. Maximizing and Satisficing Consumer Behavior: Model and Test. *Southwestern Economic Review* (Texas Christian University), 36, 1. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1740002>

Malakhov, S. 2011a. Towards a New Synthesis of Neoclassical Paradigm and Search – Satisficing Concept. IAREP/SABE Annual Conference., Exeter, 2011.

Malakhov, S. 2011b. Optimal Consumer Choices under Conditions of Sequential Search. *Economic Policy ANE-IEP*, Moscow, 6 (6), 148 – 168. (The English version is available as «Optimal Sequential Search and Optimal Consumption-Leisure Choice» at: [http://works.bepress.com/sergey\\_malakhov](http://works.bepress.com/sergey_malakhov)

Malakhov, S. 2012a. A Paradox of Little Pre-Purchase Search for Durables: the trade-off between prices, product lifecycle, and savings on purchases. Available at: [http://works.bepress.com/sergey\\_malakhov](http://works.bepress.com/sergey_malakhov)

Simon, H. 1957. Part IV in: *Models of Man*. Wiley, New York, 196 – 279.

Simon, H. 1972. Theories of Bounded Rationality. In: *Decision and Organization*. C.B. Mcguire and Roy Radner (eds.), North-Holland Publishing Company, 161 – 176.

Simon, H. 1978. Rationality as Process and as Product of Thought. *American Economic Review*, 68(2), 1–16.

Slote, M. 1989. *Beyond Optimizing: a study of rational choice*. Harvard University Press.

Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K., Lehman, D. 2002. Maximizing Versus Satisficing: Happiness is a Matter of Choice. *Journal of Personality and Social Psychology* 83 (5), 1178-1197.

# ПРИНЯТИЕ УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОГО РЕШЕНИЯ И ОПТИМАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР

**С. Малахов**

(Гренобль, Франция)

## **Аннотация.**

*В статье приводятся доказательства, что принятие решения при поиске выгодной цены определяется соотношением предельных затрат с предельной выгодой. Покупатель может обеспечить максимизацию полезности потребительского выбора только при равенстве предельных затрат поиска его предельной выгоде. Следовательно, принятие удовлетворительных решений обеспечивает оптимизацию потребительского поведения.*

**Ключевые слова:** *принятие удовлетворительного решения, предельные затраты, предельная выгода, потребительский выбор.*

# МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ОТБОРА И ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

**Д.В. Малюгин, О.А. Малюгина**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье рассматриваются основные способы оценки экономической эффективности процедур отбора персонала и тренингов. Делается вывод о том, что в литературе практически нет адекватных и надежных методик оценки экономической эффективности отбора и обучения персонала, а разработка таких методик возможна только при наличии объективных критериев оценки работы сотрудников. В статье предлагается методика оценки экономической эффективности обучения персонала, и приводится пример её практического применения.*

**Ключевые слова:** экономическая эффективность, тренинги, отбор персонала, обучение персонала.

Целью любой коммерческой организации является получение прибыли. Выполнение работ или оказание услуг осуществляются людьми, которые нанимаются компанией для достижения ее основной цели.

Рыночная экономика предопределяет новый взгляд на ключевую составляющую производственной деятельности – людей, и, соответственно, на весь спектр работы с кандидатами на вакантные места, с вновь принятыми сотрудниками и с занятыми. В условиях жесткой конкурентной среды коммерческие организации поставлены в ситуацию необходимости «выжимания» максимального результата из имеющихся ресурсов, в том числе и человеческих. Поэтому в большинстве коммерческих организаций сложилось отношение менеджера к подчиненным как к ресурсу, отбору, обучению и развитию которого нужно уделять время. В связи с этим стали применяться методы отбора и обучения персонала, которые позволяют в целом повысить качество персонала и добиться, тем самым, повышения экономической эффективности организации.



Таким образом, в данной статье конечной целью отбора и обучения персонала мы будем считать повышение экономической эффективности.

Под экономической эффективностью, как правило, подразумевается результат экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемый отношением полученного экономического эффекта к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости [1].

Для упрощения поставленной задачи под экономической эффективностью мы будем понимать увеличение прибыли коммерческой организации, которое является следствием внедрения методов отбора и обучения персонала.

Таким образом, для оценки экономической эффективности в нашем случае необходимо определить экономический эффект от применения данных методов и соотнести его с произведенными затратами на них. Затраты на персонал могут быть как разовыми, так и регулярными, оценить их не сложно.

Так, например, расходы на отбор персонала, как правило, включают в себя прямые издержки, связанные с подбором сотрудников, отсеиванием кандидатов методом и процедурами отбора, затратами на командировки, деловые поездки – проживание в гостинице и косвенные издержки, представляющие собой долгосрочные процентные ставки, налог на корпорацию, а также показатели инфляции, вызванной ростом зарплаты (Boudreau, 1998).

В свою очередь, сумма расходов на обучение персонала зависит от того, кто организует обучение: внутренний обучающий центр или внешний провайдер. Как правило, в первом случае они связаны с затратами на аренду офиса для проведения тренингов, заработную плату специалиста по обучению, со стоимостью внутреннего сотрудника (зарплата, налоги, рабочее место и т.д.), раздаточных материалов, а во втором – со стоимостью разработки и адаптации программы, услуг тренера и раздаточных материалов. Что касается измерения положительного эффекта от работы HR-специалистов, это сделать гораздо сложнее. Предполагается, что применение процедур отбора и проведение обучения персонала позволяет улучшить экономические показатели организации. При этом наряду с отбором и обучением сотрудников происходят другие изменения – как внутри компании, так и на внешнем рынке, которые влияют на эти пока-

затели. Поэтому определение эффекта, вызванного именно обучением и отбором, является сложной задачей.

В зарубежной литературе проблема оценки эффективности процедуры отбора исследуется в работах многих авторов (Д. Купер, Иван Т. Робертсон, Г. Тинлайн (2005), Л.М. Спенсер, С.М. Спенсер (2005) и др.).

Так, Д. Купер, Иван Т. Робертсон и Г. Тинлайн (2005) в своей работе выделяют и анализируют важный критерий эффективности системы отбора – соотношение прибылей и затрат и представляют полную формулу финансовой прибыли, полученной от отбора персонала:

$$U = (CDy)(Zx)(r) - C, \quad (1)$$

где  $CDy$  – денежное выражение одного среднего отклонения выполнения работы;  $Zx$  – среднее выполнение работы (в единицах среднего отклонения) отобранной группы (т.е. стандартизированный показатель выполнения работы);  $r$  – коэффициент валидности;  $C$  – затраты на процедуру отбора.

Когда получены оценки всех параметров, становится относительно просто подсчитать потенциальные финансовые прибыли (ROI), умножив каждый параметр на другие. Однако в уравнение можно также включить два добавочных фактора. Они связаны с тем, сколько работников планируется нанять, и в какой срок это надо сделать. Самую большую сложность вызывает измерение  $CDy$ , этот показатель предполагает оценку работы сотрудника в денежном эквиваленте, об этом еще пойдет речь ниже.

В свою очередь, в отечественной литературе можно встретить лишь небольшое число исследований (И.Б. Дуракова, А.Я. Кибанов (2005), М.В. Красностанова, Н.В. Осетрова, Н.В. Самара (2007), М.И. Магура (2007) и др.), в которых уделяется внимание психологической оценке экономической эффективности предлагаемых процедур отбора и обучения. По сути, в большинстве работ априори предполагается, что отбор и обучение персонала сами по себе приводят к повышению экономической эффективности организации.

Так, например, работа М.В. Красностановой, Н.В. Осетровой и Н.В. Самары (2007) посвящена исследованию метода ассесмент-центра, позволяющего руководителям компаний критически, дифференцированно и эффективно с точки зрения соотношения инвестиций и полученного от них экономического эффекта подходить к

планированию оценки и развития персонала компании. Тем не менее, несмотря на признание о возможности проведения оценки эффективности отбора персонала, эта процедура в данной работе не рассматривается. Предполагается, что эффективная оценка компетенций персонала приводит к более обоснованному отбору персонала, ведёт к увеличению эффективности работы персонала в целом, а значит к увеличению прибыли предприятия.

Помимо отбора персонала во многих компаниях наиболее остро стоит так же вопрос: «Как наиболее объективно оценить результаты обучения?» Вопрос об эффективности обучения персонала раскрывается в работах зарубежных авторов (Д. Киркпатрик, Дж. Филипс (2007), Kirkpatrick (1998) и др.).

Так, четырехуровневая модель оценки эффективности обучения Д. Киркпатрика описывает реакцию участников, усвоение ими материала, их поведение, а также результаты тренингов для организации, измеренные через сокращение затрат, сроков, улучшение качества и т.д. В своей работе, изданной в 1975 году, Д. Киркпатрик высказал неожиданную мысль: «Ни в коем случае не вздумайте переводить четвертый уровень (бизнес-результат) в деньги. Это не нужно, вы не сможете» (Kirkpatrick, 1998).

А в 1991 году Дж. Филипс (Киркпатрик, Филипс, 2007) не только заявил, что это возможно, но и предложил алгоритм расчета. К уже названным четырем уровням добавился еще один – возврат на инвестиции ROI (Return on Investment), или расчет соотношения прибыли от проекта и затрат на него. На сегодняшний день – это один из самых распространенных методов оценки эффективности обучения по финансовым показателям.

<i>Roі (%)</i>	<i>Доход от проекта – Стоимость проекта</i>	<i>X 100%</i>	<i>(2)</i>
	<i>Стоимость проекта</i>		

Например, если ROI = 345%, это значит, что на каждый вложенный рубль в проведение HR-программы мы получим «чистых» 3 рубля 45 копеек.

Эта формула имеет свои слабые места, по сути, тут оценивается успешность проекта в целом, а фактор обучения отдельно не вычленяется.

Расчет возврата на инвестиции (ROI) используется для самых важных программ, вплотную связанных с целями бизнеса (операционными и стратегическими), дорогостоящих, требующих больших временных затрат, программ, проводимых на основании запроса от топ-менеджеров и подробной оценки потребностей (Воротынцева, Неделин, 2008; Киркпатрик, Филипс, 2007).

Несмотря на наличие данного метода оценки экономической эффективности обучения, как показывает анализ отечественной литературы (Т. Воротынцева, Е. Неделин (2008), М.И. Магура, М.Б. Курбатова (2003) и др.) данной проблеме, также как и в случае с отбором персонала, уделяется недостаточно внимания. Можно сказать, что в большинстве российских компаний, как правило, производится оценка третьего уровня (по модели Д. Киркпатрика) (Киркпатрик, Филипс, 2007). При этом без оценки экономической эффективности обучения получить объективную информацию об эффекте его применения невозможно, что, в свою очередь, может привести к тому, что инвестиции в профобразование сотрудников не принесут должной отдачи. Таким образом, проблема методов оценки эффективности отбора и обучения персонала для большинства компаний остается открытой.

В данной статье сделана попытка предложить способы решения этой проблемы и рассмотреть условия, при которых отбор и обучение персонала действительно будут приносить экономическую пользу, а также проанализировать случаи, в которых оценка экономического эффекта, по-видимому, невозможна.

Рассмотрим процесс оценки персонала. Прежде чем приступать к оценке набираемого персонала, необходимо понять, люди с какими психологическими особенностями нужны организации для той или иной должности, на которую этот персонал подбирается. Это, пожалуй, самый интересный и ключевой момент во всем процессе оценки персонала. В отечественной литературе по менеджменту и оценке персонала приводится следующий метод – составление профиля должности (Иванова, 2004, с. 4). Согласно этому методу, для каждой конкретной должности пишется список психологических качеств (например, стрессоустойчивость, лидерские качества и т.д.), навыков и умений, причем «...данный профиль может быть основан на ценностях и культуре организации, взглядах руководителя, существующих традициях, с одной стороны, и на требованиях к выполняемой работе – с другой» (Иванова 2004,

там же). Фактически, тут в неявном виде говорится, что каждый руководитель подбирает работников в соответствии со своими субъективными идеалами соответствующей должности. Вопрос, насколько эти представления соответствуют реальности, и не являются ли они завышенными, остается открытым. Другой взгляд на этот аспект отбора персонала представлен в работах супругов Спенсеров (Спенсер, Спенсер, 2005). Согласно подходу, сложившемуся в результате исследований Д.К. Мак-Клеланда, Спенсеров и их последователей, ответ на вопрос «Какие психологические качества нужны для той или иной должности?» звучит, если его переформулировать следующим образом: «Что отличает работника, хорошо справляющегося со своей работой на этой должности («хорошего» сотрудника), от «среднего»?». При этом под «средним» работником подразумевается не тот сотрудник, который не справляется со своими должностными обязанностями, а тот, кто формально все делает правильно, но, тем не менее, не добивается объективно измеренного успеха. Поэтому желательно, чтобы для оценки сотрудника, хорошо справляющегося со своей работой, или сотрудника, плохо выполняющего свою работу, использовались объективные критерии (например, объемы продаж, отзывы клиентов и т.д.), а не личное отношение руководителя и/или коллег. Вопрос объективных критериев оценки является крайне острым. В идеале таким объективным критерием должен являться объем прибыли, который приносит работник компании. Сразу следует оговорить, что должностей и профессий, которые можно объективно оценить в денежном выражении, немного. Как правило, это менеджеры по продажам и производственники, занимающиеся какой-то конкретной, объективно оцениваемой по определенным параметрам работой (например, по объемам сделанного или проданного продукта, по количеству выпускаемого брака и т.д.). Возможна и субъективная оценка персонала, например, когда руководитель (хотя желательно, чтобы это делал незаинтересованный человек) оценивает по N-бальной шкале деятельность своих подчиненных. Но такая оценка уже не несет в себе экономического смысла, и говорить здесь о прямом оценивании экономической эффективности не приходится. Тем не менее, вполне возможно создание модели, которая будет оценивать экономическую эффективность на основании таких косвенных параметров, но это представляет собой сложную задачу и не является целью данной статьи. Кроме того,

работая с такими шкалами, следует помнить о возможных искажениях, которые могут проявиться в результате их применения. Особенно трудно оценить деятельность самого руководителя. В этом случае, как правило, оценивается деятельность всего отдела, филиала и т.д., что, безусловно, не совсем объективно, так как на эффективность деятельности коллектива влияет множество факторов, в том числе и экономические условия существования организации. При оценке эффективности работы необходимо четко представлять себе мощность используемой шкалы и те ограничения, которые предполагает ее использование, а самое главное – целесообразность ее применения. Если должность предполагает крайне низкую вариативность результатов деятельности, причем эта деятельность не может быть выражена в экономических показателях или вообще ограничивается только исполнением должностных обязанностей, применение шкал оценки деятельности не возможно и не целесообразно. Вопрос о методах оценки деятельности персонала более детально изучается в менеджменте и не является задачей данной статьи. Мы же подчеркнем, что моделирование экономической эффективности персонала целесообразно и возможно только для тех должностей, которые предполагают значительную вариативность результатов деятельности, причем желательно, чтобы эти результаты были измеримы в экономических параметрах. Так, уже приведенный выше метод Д. Купера, Иван Т. Робертсона и Г. Тинлайна (2005) возможен только в отношении результатов работы, измеренных в денежных показателях.

Если же такая система оценки деятельности персонала разработана и дает адекватные и реалистичные показатели, то следующей задачей является нахождение различий между «средним» и «хорошим» работником. В компетентностном подходе, разработанном Д.К. Мак-Клеландом и сотрудниками, эта задача решается поэтапно. Во-первых, определяются компетенции, необходимые для качественного выполнения работы сотрудником, находящимся на данной должности. Набор этих компетенций уникален для каждой должности. Во-вторых, строятся шкалы, позволяющие на основе поведенческих индикаторов измерить уровень развития каждой компетенции. Таким образом, это позволяет построить процесс отбора персонала на данную должность с помощью интервью по получению поведенческих примеров, разработанного для этой цели (Спенсер, Спенсер, 2005), хотя это и не единственный способ из-

мерения компетенций. Так, в исследовании М.В. Красностановой и других авторов приводится множество способов измерения компетенций, и сопоставляются их достоинства и недостатки Красностановой, Осетрова, Самара, 2007, с. 24). Согласно данному подходу, решения об отборе и назначении на должность основываются на «соответствии» или «согласованности» между требованиями к компетенциям со стороны работы и компетенциями работника. В западной литературе накоплена колоссальная база исследований компетенций, созданы базы компетенций, специфичных для тех или иных профессий. Этот подход не является единственным, здесь следует упомянуть исследования Д.М. Кеттела (Наследов, 2004), в которых он тестировал выдающихся представителей различных профессий и на основании этих данных строил профессиональные профили личности, т.е. определял личностные качества, специфичные для достижения успеха в той или иной профессии. Какой способ отбора персонала наиболее эффективен – это тема для дальнейших исследований, в любом случае оценка его эффективности позволяет это определить.

Важный момент, который следует отметить: для того, чтобы оценить отбор персонала, необходимо сравнение показателей по разным структурным единицам, либо сравнение результатов до или после внедрения процедуры оценки персонала (т.е. нужна контрольная и экспериментальная группа). В противном случае, все сводится к обычной оценке прибыльности предприятия, как было описано в приведенных выше методах. Также можно определить размер максимально возможного эффекта заранее, просто сопоставив показатели эффективности работы «хороших» и «средних» сотрудников и предположив, что отбор позволит набирать только «хороших» сотрудников<sup>1</sup> (подобная оценка делается в формуле 1). Такого рода расчет может быть необходим для принятия решения о введении процедуры отбора персонала.

Однако необходимость отбора персонала возникает только тогда, когда на должность имеется конкурс, состоящий, как минимум, из двух претендентов. Только тогда возникает задача определения «лучшего».

Для иллюстрации положений, приведенных в нашей статье, рассмотрим пример организованной оценки обучения персонала,

---

<sup>1</sup> Под «хорошими» и «средними» сотрудниками здесь имеется в виду оценка по объективным количественным показателям, демонстрируемым сотрудниками.

взятый из реальной практики – из одной страховой компании<sup>2</sup> в г. Москве. Специфика работы страховых агентов (менеджеров по страхованию) заключается в том, что денежное вознаграждение они получают от каждого проданного страхового продукта. Как мы видим, эта должность предполагает объективные критерии измерения эффективности работы (количество заключенных договоров по страхованию), высокую вариативность результатов деятельности (от нулевого результата до десяти и больше продаж в месяц). Причем в работе менеджера по продажам страховых продуктов большую роль играют личностные характеристики: экставертированность, коммуникативность, уверенность в себе и пр. По этим показателям успешные страховые агенты и отличаются от неуспешных. Это позволяет получить высокую отдачу от правильно организованного процесса обучения персонала. Кроме того, данная компания располагает рядом филиалов и структурных подразделений, что позволяет сравнивать эффективность обучения по структурным единицам. По московскому филиалу за период с декабря 2008 года по февраль 2009 наблюдалась следующая статистика обучения персонала. Из 43 человек, направленных на обучение, пришло на обучение – 34, по окончании обучения на работу вышло – 29. Отсев в основном происходил из-за отсутствия мотивации к данному виду работы, большинство рекрутированных приводило такие причины отказов: «отсутствует фиксированный оклад» (основная причина отказов), «не моя область деятельности», и, наконец, было несколько случаев, когда кандидат не смог оформиться на работу в виду отсутствия у него гражданства РФ. За указанный период времени было сформировано 5 учебных групп. Каждая группа проходила ежедневное обучение с 10 до 18 часов в течение недели, которое проводилось в каждой группе разными бизнес-тренерами, работающими в центре подбора и обучения персонала. Задачами обучения являлось: а) создание мотивации к работе; б) обучение кандидатов в менеджеры коммуникативным техникам и навыкам продаж, которые позволят им в дальнейшем успешно продавать страховые продукты компании. Таким образом, контроль эффективности работы менеджеров по страхованию позволял также проконтролировать эффективность работы бизнес-тренеров по количеству продаж их подопечных. Полученные показатели представлены в таблице 1.

---

<sup>2</sup> Название компании не приводится из этических соображений.



Таблица 1.

## Показатели успешности обучения по 5 учебным группам.

№ группы	Бизнес-тренер	Число кандидатов в менеджеры, пришедших на обучение	Число кандидатов в менеджеры, вышедших на работу	Число продаж на одного человека в месяц <sup>3</sup>	Валовая прибыль на одного человека в месяц <sup>4</sup> (руб.)
1	А	5	5	1,2	106 800
2	Б	8	8	0,9	81 720
3	В	7	5	0,4	36 000
4	Г	6	4	0,3	27 600
5	Д	8	7	0,6	52 140

Следует помнить, что приведенные показатели являются разовыми и потому во многом случайными, а для объективной оценки работы бизнес-тренера необходимо отслеживать динамику работы его учеников на длительном периоде времени и, анализируя многие группы, прошедшие у него обучение. Данные цифры позволяют также оценить экономическую эффективность обучения у разных бизнес-тренеров по приведенной выше схеме и, более того, составлять их рейтинги – см. таблицу 2 ниже.

Соответственно, как видно из таблицы, бизнес-тренер, получивший первый ранг, показал самые высокие показатели работы своих подопечных; тренер, получивший пятый ранг – самые низкие показатели. Как уже говорилось ранее, данные результаты являются разовыми и во многом случайными, поэтому для оценки эффективности работы бизнес-тренеров необходимо вести их рейтинги в течение длительного периода времени. Однако приведенные показатели ничего не говорят об экономической эффективности самого обучения. Для определения экономической эффективности обуче-

<sup>3</sup> Этот показатель рассчитывался следующим образом: общее число продаж за месяц, выполненное группой, делилось на количество человек в группе. Таким образом, получался средний результат продаж по группе. Этот показатель представлен по первому, самому тяжелому для начинающего менеджера по страхованию, месяцу работы.

<sup>4</sup> Данный показатель фиксирует чистую прибыль, которую получает компания с продажи одного договора по страхованию (размер прибыли варьирует в зависимости от вида страховых программ: накопительные или рисковые). Следует также отметить, что менеджер по страхованию заинтересован в продаже максимально дорогой страховой программы, так как от ее стоимости зависит его вознаграждение. Этот показатель, на наш взгляд, является более объективным и точным, чем просто количество проданных страховых программ, и к тому же именно он позволяет оценить экономическую эффективность работы бизнес-тренера.

ния независимо от личности тренера необходимо пронаблюдать работу «чистой» группы менеджеров по страхованию, которые вообще не проходили обучения (т.е. контрольной группы). Данная компания в силу ряда причин не делала такой эксперимент, но если бы он был поставлен, экономическая эффективность обучения определялась бы по следующей формуле:

$$\begin{aligned} & \text{Экономическая эффективность обучения} = \\ & \text{Валовая прибыль на одного человека в мес. группы,} \\ & \text{прошедшей обучение} - \text{Валовая прибыль на одного человека} \\ & \text{в мес. группы, не прошедшей обучение.} \end{aligned} \quad (3)$$

Таблица 2.

**Рейтинг бизнес-тренеров, составленный исходя из показателя чистой прибыли на человека в месяц, рассчитанного по группе**

Ранг	Бизнес-тренер	Валовая прибыль на одного человека в месяц <sup>5</sup> (руб.)
1	А	106 800
2	Б	81 720
3	Д	52 140
4	В	36 000
5	Г	27 600

Как видно из данной формулы, если вдруг, по каким-то определенным причинам, группа менеджеров по страхованию, не прошедших обучение, покажет более высокую прибыльность, чем обучившиеся, экономическая эффективность обучения получится отрицательной. Как мы видим, объективная оценка результатов деятельности возможна даже в такой сфере как бизнес-тренинги.

Согласно приведенному методу, также возможно и прогнозирование экономической эффективности предполагаемого к внедре-

<sup>5</sup> Согласно статистике компании X по итогам декабря 2008 года среднестатистический договор по накопительной программе длительностью 13 лет составил 116 000 руб., из них средний процент вознаграждения менеджера – 20 – 25 % от этой суммы. Соответственно, валовая прибыль [1] от среднестатистического договора компании X составила: 116 000 \* 0,775 = 89 900 руб. (при расчете данного показателя валовой прибыли на человека). Таким образом, высчитывалась валовая прибыль компании X по каждому заключенному договору и, соответственно, суммировалась валовая прибыль по всем договорам, заключенным в течение месяца каждым менеджером по страхованию. Среднее арифметическое данного показателя по группе обучения представлено в таблице 1.

нию обучения. Допустим, у нас есть несколько групп или структурных единиц, по которым посчитаны приведенные выше показатели (валовая прибыль и число продаж на человека по группе обучения). Соответственно, у нас имеется группа, показавшая самые низкие результаты и «лучшая» по показателям группа. Задача бизнес-тренера состоит в том, чтобы научить группу с самыми низкими показателями работать также, как и «лучшая» группа. Таким образом, максимально возможная предполагаемая эффективность обучения будет составлять:

$$\begin{aligned} & \text{Экономическая эффективность обучения} = \\ & \frac{\text{Валовая прибыль на одного человека в мес. лучшей группы}}{\text{Валовая прибыль на одного человека в мес. худшей группы}} - \end{aligned} \quad (3)$$

Такого рода оценка, пусть и приблизительная, позволяет соотнести предполагаемые выгоды и расходы на обучение.

Предлагаемая в данной статье система оценки эффективности отбора и обучения не является абсолютной, её можно, и зачастую нужно, изменять и адаптировать под конкретные должности и профессии.

Таким образом, подводя итог сказанному, можно сделать следующие выводы.

Оценку экономической эффективности отбора персонала легче всего проводить по должностям и профессиям, которые предполагают объективную оценку деятельности сотрудника, желательную выраженную в денежном эквиваленте. Такая оценка является ключевой как для управления персоналом в целом, так и для определения эффективности отбора персонала в частности.

Чем большую роль в выполнении работы играют личные особенности сотрудников, тем более высокая экономическая эффективность будет достигнута при применении психологических методов отбора и обучения персонала.

Если профессия или должность не предполагают ни объективных критериев оценки деятельности, ни значительной роли личностных черт работников, то, по-видимому, построение модели оценки эффективности отбора и обучения сотрудников невозможно, а сам этот отбор или обучение – не целесообразны.

Чем большую вариативность в показателях эффективности предполагает должность, тем больший экономический эффект будет

наблюдаться при внедрении процедур отбора и обучения персонала. И, соответственно, наоборот, если должность такой вариативности не предполагает, отбор персонала не приведет к измеримому эффекту, и, по-видимому, в этом случае будет бессмысленен.

Следует помнить, что сам отбор персонала возможен только в том случае, когда есть из чего выбирать, т.е. когда на должность имеются, как минимум, два претендента. Только тогда возникает задача определения «лучшего» кандидата на данную должность.

Проверка эффективности отбора и обучения персонала возможна только на определенной структурной единице компании – отделе, подразделении или компании в целом по заданным системой менеджмента экономическим параметрам, поскольку для объективной оценки эффекта необходима выборка, наличие контрольной и экспериментальной группы и сопоставление показателей по этим группам.

### ***Литература***

Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.

Воротынцева Т.Л., Неделин Е.Ю. Строим систему обучения персонала. Практическое руководство для специалистов по обучению. – СПб.: Речь, 2008. – 128 с.

Иванова С.В. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 160 с.

Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация: Учебное пособие для студентов вузов. – 2-е изд. перераб. и доп. / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М.: Экзамен, 2005. – 416 с.

Киркпатрик Д., Филипс Д. // КАДРОВИК. РУ. – № 3, 2007.

Кларин М.В. Корпоративный тренинг от А до Я. – М.: Дело, 2002. – 153 с.

Красностанова М.В., Осетрова Н.В., Самара Н.В. Assessment center для руководителей. Опыт реализации в российской компании, упражнения, кейсы. М: Вершина, 2007. – 208 с.

Купер Д., Робертсон Иван Т., Тинлайн Г. Отбор и найм персонала: технологии тестирования и оценки. – М.: Вершина, 2005. – 336 с.

Магура М.И., Курбатова М.Б. Организация обучения персонала компании. – М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2003. – 244 с.

Магура М.И. Поиск и отбор персонала. – М.: Бизнес-школа «Интел-синтез», 2007. – 368 с.

Маклаков А.Г. Профессиональный психологический отбор персонала. Теория и практика: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2008. – 480 с.

Наследов А.Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. Учебное пособие. – СПб.: Речь, 2004. – 392 с.

Спенсер Л.М., Спенсер С.М. Компетенции на работе. Пер. с англ. М: НРРО, 2005. – 384 с.

Boudreau, J. W. Selection Utility Analysis: A review and agenda for future research. In: J. M. Smith and I. T. Robertson (eds), *Advances in Selection and Assessment*. Chichester: John Wiley, 1989, pp. 227–257.

Kirkpatrick, D. L. *Evaluating training programs: the four levels*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc, 1998.

## THE COST-EFFECTIVENESS MODELING OF PSYCHOLOGICAL SCREENING AND TRAINING

**D.V. Malyugin**  
**O.A. Malyugina**  
(Moscow, Russia)

### **Abstract**

*The article considers general methods of estimation of economical efficiency of job placement and personnel training. Authors draw a conclusion that there are no adequate and reliable methods of such kind of estimation and development of such methods possible only when there are objective criteria of work's assessment. The article puts forward the method of estimation of economical efficiency of personnel training and gives example of it's practical application.*

**Keywords:** *economical efficiency, personnel training, job placement.*

# ОБЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ: СИНТЕЗ, МОДЕЛИРОВАНИЕ И ЭКСПЕРИМЕНТ

**А.Н. Неверов**  
(Саратов, Россия)

## **Аннотация**

*В статье говорится о том, что экономическая психология в нашей стране активно развивается, начиная с фундаментальных работ А.И. Китова уже более трех десятилетий. Автор отмечает, что становление экономической психологии как самостоятельной отрасли современного научного знания не может осуществляться в условиях отсутствия общей теории. На основе этой теории необходимо построить систему принципов, законов, объединенных единым предметом, методом и понятийным аппаратом. В статье автор выделяет пять базовых подходов, на основе которых может быть построена общая теория экономической психологии. Он рассматривает проблемы определения предмета экономической психологии и ее методологии. В статье говорится о том, что в качестве единой фундаментальной категории экономической психологии должна выступать экономическая активность субъекта во всем многообразии ее форм, видов и проявлений. В статье подчеркивается, что огромную роль в дальнейшем развитии экономической психологии в нашей стране играет экспериментальный метод и метод математического моделирования. В этом случае, по мнению автора, экономико-психологические эксперименты скорее следует отнести к факторным, чем к традиционным.*

**Ключевые слова:** *экономическая психология, предмет науки, научная теория, методология науки, экономическое поведение, экономическая активность субъекта, имитационное моделирование, экспериментальный метод в психологии.*

Экономическая психология в нашей стране активно развивается, начиная с фундаментальных работ А.И. Китова, уже более трех десятилетий. Как мы уже писали, в большой степени постановка вопроса о необходимости изучения психологических основ экономической и хозяйственной деятельности в нашей стране было детерминировано запросом отечественной политэкономии, задачами социально-экономического развития нашей страны и бурным развитием экономической психологии в Западной Европе (Неверов, 2010). С абсолютной уверенностью можно утверждать, что влияние данных факторов не только не ослабло за период масштабных трансформаций в нашей стране, но, наоборот, – во много раз возросло.

Более того, экзогенные запросы на развитие экономико-психологического знания становятся все более выраженными и глобальными. Так, все более очевидным для научной общественности становится факт того, что текущий мировой экономический кризис не был предсказан именно в силу крайне слабого учета в экономических моделях психологических компонентов экономического поведения и хозяйственной деятельности. В этих условиях все также актуальны слова патриарха российской экономической психологии А.И. Китова: «Своеобразие пограничных для психологии и экономики проблем, их неизученность, их актуальность не оставляет сомнений в том, что создание новой отрасли знаний – экономической психологии настоятельно необходимо» (Китов, 1982).

Мы позволим себе в настоящей статье, учитывая ограниченность ее объема, тезисно упомянуть только о двух компонентах из данного комплекса проблем и вопросов: проблемах ее метода и предмета. При этом каждый из данных вопросов безусловно заслуживает самостоятельного монографического исследования и имеет огромное значение для дальнейшего развития теории экономической психологии.

Переход от специализации к интеграции, который осознавался учеными еще в середине XX в. в ее развитии теперь уже не потенция, а необходимость. Сейчас уже не остается сомнений в истинности утверждения выдающегося отечественного ученого Ю.Н. Давыдова, относящегося к периоду зарождения кибернетики (1962 г.): «...наука за долгие столетия своего развития накопила ... такой огромный запас знаний, открытий, концепций, что ученые – при наличном количестве – оказываются просто не в состоянии справиться с ним, «переварить», «освоить» его... и хотя ученые тоскуют от того, что... нет «сумасшедшей идеи», объективное положение дел состоит как раз в обратном»: практически ни один ученый начала XXI в. не способен охватить весь объем информации опубликованной по интересующей его проблематике, опираясь на ее первоисточники (Давыдов, 2008). В этих условиях феномен, отчетливо зафиксированный в 1950–60-х гг., когда вызванное войной «нарушение сложившейся системы разделения труда в науке привело к грандиозным открытиям» (Давыдов, 2008), совершившим переворот в техническом базисе современного производства и общества, получивший название научно-технической революции, становится единственным выходом из положения. Давно осознанный факт того, что все вели-

кие открытия совершаются на стыке различных наук, а не в рамках устоявшейся специализации становится в последнее время предметом для реформы системы аттестации научных кадров, оказывая тем самым прямое воздействие на труд каждого российского ученого.

Можно считать установленным фактом, что возрождение экономической психологии в качестве актуальной области научного поиска во всемирном масштабе приходится как раз на вышеозначенный период, и это уже указывает на то, что современная экономическая психология – это не специализация в рамках психологии или экономической теории, это интеграция данных наук, надстройка над ними, позволяющая преодолеть современный методологический кризис обеих материнских наук за счет пересмотра их аксиоматических положений (становящегося возможным за счет их экспериментальной проверки).

Институционализация экономической психологии как подлинно самостоятельной отрасли современного научного знания не может быть завершена в условиях отсутствия подлинной теории экономической психологии – системы принципов, законов, закономерностей, объединенных едиными предметом, методом и категориальным аппаратом. Как уже неоднократно отмечалось в выступлениях, статьях и монографиях, достижение этого состояния исходит из трех базовых моментов. Во-первых, существует объективная ситуация, связанная с кризисом экономической теории как основного потребителя экономико-психологического знания и кризисом мировой психологической науки как основного производителя этого знания, требующая построения экономической психологии (поведенческой экономической теории) как синтетической научной дисциплины, т.е. движения не по пути специализации, а по пути интеграции. Во-вторых, практика хозяйственной жизни и эволюции мировой социально-экономической системы все больше становится пронизанной психологией, обуславливая психологический поворот в экономической науке и одновременно экономический поворот в гуманитарном знании вообще. Нельзя забывать и о том, что «социально-психологические факторы (феномены) не только выступают следствием экономических изменений в обществе, но и сами оказывают воздействие на состояние и динамику социально-экономических условий» (Журавлев, Позняков, 2004). В итоге, в условиях становления ноосферной экономики уже нельзя строить обоснованные и релевантные прогнозы, разрабатывать



государственную политику в области экономики, образования и науки без учета экономико-психологического знания (Неверов, 2009). В-третьих, общий поворот науки от стадии специализации к стадии интеграции вынуждает формировать стыковые отрасли знания, которые могли бы на подлинно междисциплинарной основе обеспечивать системное познание реального мира. Исходя из этого, в самом общем виде, основные задачи, стоящие на пути развития экономической психологии, можно объединить в проблему разработки «общей экономической психологии», включающую в себя проблему предмета, проблему метода, проблему функций экономической психологии в системе научного знания, проблему категориального аппарата экономической психологии (выступающей следствием разрыва дисциплинарных онтологий экономической теории и психологии и использованием в них одних и тех же терминов для обозначения различных понятий, а также обратное – использование различных терминов для обозначения одного понятия).

Исходя из вышеизложенного можно уточнить и понимание предмета и метода данной дисциплины. Как справедливо отмечает профессор А.И. Худяков: «В каждой отдельной науке на общие принципы (исследования – прим. А.Н.) накладывается собственная специфика, обусловленная предметом, языком и методологией данной науки. И каждое направление в ней, в свою очередь, накладывает свою специфику на конкретные методы исследования» (Худяков, 2008). Справедливо и обратное – специфика методов в свою очередь многое определяет в самоотождествлении каждой отдельной науки, в ее становлении в качестве специфической отрасли знаний. Предмет и метод – это два общепризнанных момента в конституировании научной дисциплины. Поскольку экономическая психология уже не один десяток лет претендует на выделение в качестве особой отрасли знания, то именно проблема предмета и метода данной дисциплины выступает одной из основных на пути достижения ею этого состояния.

В отечественной экономической психологии в целом разделяется мнение о том, что экономическая психология – это интеграционное научное поле, синтезирующее в себе некоторые элементы экономической теории и психологии (на гносеологическом уровне) и экономики как сферы жизнедеятельности человека и человеческой психики (на онтологическом уровне). При этом можно выделить пять базовых подходов: 1) экономический – когда в традиционную экономическую теорию привносятся субъективные и психологиче-

ские компоненты (К. Менгер, Е.Е. Слуцкий, Ф. Эджуорт, Й. Шумпетер, О.С. Сухарев, Ю.Я. Ольсевич и др.); 2) психологический – когда в традиционную психологию (как науку) включаются элементы, связанные с особенностями функционирования психики относительно экономической сферы (Д. Канеман, Э. Кирхлер, Д. Лейзер, А.Д. Карнышев и др.); 3) психолого-экономический – когда изучаются психологические компоненты экономического поведения и деятельности (Г. Тард, Г. Мюнстерберг, А.И. Китов, Н.И. Гвоздева и др.); 4) экономико-психологический – когда изучается трансформация психики человека в условиях социально-экономических изменений (А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко, Д.А. Китова, Т. Нестик, В.В. Спасенников и др.); 5) интегративный подход – когда экономика и психика изучаются как диалектическое единство, а результатом исследований выступает знание, релевантное для обеих дисциплин (А.Л. Журавлев, В.П. Позняков, О.С. Дейнека, А.Н. Неверов и др.). Конечно, каждый из данных подходов имеет полное право на существование, да и само отнесение авторов к сторонникам того или иного подхода достаточно условно, поскольку школы экономической психологии только формируются и большинство ученых исходит в различных своих работах из разных оснований. Однако, по нашему мнению, основные точки зрения, которые представлены на сегодняшний день, эти подходы отражают.

Возобновившийся в последнее время на страницах журналов и во время специализированных конференций спор о предметной области экономической психологии актуализирует вопрос о методологической платформе данной науки. В этой связи встают несколько вопросов, тесно связанных между собой. Во-первых, на какой стадии развития находится экономическая психология в данное время? Представляется, что ответ на данный вопрос должен основываться на анализе ее компонентов с точки зрения современного науковедения, и значит, прежде всего, на работах К. Поппера, Т. Куна и И. Лакатоса. Кроме того, необходимо дополнение последнего анализом с позиций дисциплинарных методологий материнских наук – экономической теории и психологии. В этой связи стоит использовать наработки С.Л. Рубинштейна, Б.Г. Ананьева, В.Д. Шадрикова, Б.Ф. Ломова, В.А. Мазилова, А.В. Юревича, В.Е. Ключко с психологических позиций; М. Фридмена, М. Блауга, В.Т. Рязанова, Н.П. Колядина, В.А. Русановского, В.М. Полтеровича, В.С. Автономова с экономических позиций.

Мы уже неоднократно отмечали, что по нашему мнению, смысл имеет только интегративный путь развития психологии, поскольку только движение по нему обеспечивает искомую междисциплинарную релевантность и востребованность результатов в смежных областях.

В частности, разработка собственной методологии в рамках экономической психологии делает возможным пересмотр экономических моделей с позиции «as if» («как будто») (Фридмен, 1994) на более достоверную платформу констатации реальных закономерностей экономической деятельности и поведения (условно эти модели можно обозначить «как есть»). Традиционно подобный путь развития был ограничен тремя основными проблемами.

Во-первых, сама традиция и ограничения восходят к периоду первой четверти XX в., когда экономисты при объяснении экономического поведения были вынуждены абстрагироваться от психологических компонентов и детерминант. Вызвано это было тем, что в психологии того времени не было четко сформулированных и общепризнанных законов поведения человека, доказанных экспериментальным путем. Исключение составляли только психофизиологические законы (Вебера-Фехнера, Эббингауза и некоторые другие) (Мазиллов, 2007), которые, кстати, и были положены в основание математической школы (У. Джевонс, Ф. Эджуорт, Л. Вальрас и др.) в рамках обоснования принципа предельной полезности.

К счастью в современной психологии эта проблема приобретает меньший объем, и существующие в ней инструменты во все большей степени подходят к решению данных задач.

Второй причиной, ограничивающей как инструментарий психолога, так и самой экономической теории выступало многообразие первичных данных, обработка которых представляла огромную сложность. Эта причина практически полностью устранена развитием вычислительной техники, особенно компьютеров. Современная техника позволяет строить сложные модели, необходимые для описания экономической деятельности, такой «как есть».

Третья, производная по своему характеру, причина состоит в разрыве между дисциплинарными онтологиями психологии и экономической теории. Этот разрыв, безусловно, вызванный первыми двумя моментами, в настоящее время приобрел огромные масштабы. Однако, он может и должен быть устранен современными исследователями в области экономической психологии и поведенческой экономики.

В связи с вышеизложенным, нам представляется более верным создание такой позитивной экономической науки, в которой все гипотезы будут иметь возможность проверки опытным путем. Принципиальным методологическим моментом при этом выступает отказ от постулата невозможности получения достоверных данных о мотивах, целях, средствах и т.п. элементах экономической деятельности от самого экономического субъекта. В связи с этим нами были выдвинуты и реализуются в практике исследований основные принципы интегративного подхода в экономической психологии:

1. Междисциплинарная релевантность проявляющаяся в обращении знаний как в экономической, так и психологической науке. Этот принцип конкретизируется следующими моментами: а) любое экономико-психологическое исследование должно быть обосновано как с позиций методологии психологической, так и методологии экономической наук; б) понятийный аппарат должен быть адаптирован к тезаурусу экономической и психологической наук (а не к одной из них); в) обоснованность выводов должна проверяться как инструментарием экономической, так и психологической наук.

2. Специфичность методов и методологии. Ориентиром здесь выступает возможность преодоления аксиоматики материнских наук, превращение аксиом в гипотезы.

3. Акцент на изучении взаимодействия экономики и человека, а не на односторонних связях. В этом смысле основой для изучения могут быть только диалектический, культурно-исторический и системный подходы, а не изучение классических причинно-следственных связей.

В этой связи вышеозначенная проблема разработки общей экономической психологии требует трех встречных движений: со стороны экономической теории по восприятию психологических переменных в свои модели; со стороны экономической психологии по разработке собственного метода, релевантного как экономической науке, так и классическим отраслям психологии; со стороны психологии по снижению онтологического разрыва между ее моделями и моделями, как экономической психологии, так и экономической науки. Последнее в свою очередь возможно только на основе тех психологических теорий и концепций, которые доказали свою продуктивность на ниве психологии и обладают способностью для формализации полученных данных.

Представляется обоснованным предположение о том, что в этом случае *в качестве единой фундаментальной категории экономической психологии должна выступать экономическая активность субъекта во всем многообразии ее форм, видов и проявлений*. Эта категория способна к единому рассмотрению таких ключевых для современной психологии и экономической теории категорий как экономические отношения, экономическое поведение, экономическая деятельность, экономические установки, экономический субъект и т.д.

Современная экономическая теория – это, прежде всего, формализованные эконометрические и экономико-математические модели. Начиная с конца XIX в. и во многом до сегодняшнего дня экономическая наука стремилась строить данные модели исходя из упрощенных допущений о модели человека. Традиционной в этом смысле выступает так называемая модель «HomoEconomicus» (Автономов, 1993), в последнее время в той или иной степени модернизируемая в модели «Homocreativus», «Animalisspiritus» и т.п. Общим местом данных моделей выступает помещение в экономические модели и теории человека, исходя из принципа «как будто» (asif), т.е. предположения, что человек ведет себя определенным образом, несмотря на фактические отклонения от данного типа. Экономическая психология как интегральная дисциплина, призванная образовать своеобразный междисциплинарный «мост» между экономическими и психологическими моделями обречена на необходимость выявления эмпирической модели экономического субъекта. Причем, необходимым условием для усвоения этой модели экономистами (а именно они выступают ее основными заказчиками) выступает ее способность к формализации и описанию на математическом языке.

В работах по моделированию социальных систем, проводимых учеными из Омского государственного университета под руководством А.К. Гуца, относительно социологии выделяется проблема известного расхождения между реальными процессами и теоретическими концепциями ученых<sup>1</sup>. Действительно, экспериментирование в рамках изучения социальных и экономических систем – это крайне затратное мероприятие. Помимо этого, оно еще и сопряжено с высоким уровнем риска и большой продолжительностью, если проводит-

---

<sup>1</sup> См., напр.: Социальные системы. Формализация и компьютерное моделирование. – Омск, 2000.

ся в формате естественного эксперимента. С другой стороны, лабораторный эксперимент в экономике и социологии нуждается в целом ряде условий, одно из которых адекватное отражение базовых характеристик реальных явлений и процессов. В свою очередь эти характеристики представляют собой результат изучения последних и зависят от теоретических воззрений ученых. Получается замкнутый круг.

Одним из выходов из данной ситуации выступает имитационное моделирование (simulation). В основе данного процесса лежат результаты исследований социологов, психологов и экономистов о природе и закономерностях человеческого поведения, которые затем формализуются и оформляются в виде условий и ограничений модели.

Промежуточным этапом при этом выступает лабораторная апробация модели, выполняемая обычно на ограниченном числе испытуемых, которые в значительно меньшем, по сравнению с моделируемым объектом, объеме должны подтвердить или опровергнуть теоретические положения. Именно по такому пути, например, пошли В. Смит, доказывающий справедливость гипотезы о рациональности экономических агентов (Смит, 2008) и А. Тверски с Д. Канеманом – опровергающие ее (Канеман, 2006).

Бывают и попытки более простого решения задачи, когда этап верификации теоретических положений посредством лабораторного эксперимента пропускается и исследователи приступают к прямому построению имитационных моделей на основе теорий<sup>2</sup>.

В любом случае, очевидно, что слабейшим звеном в современных моделях социальной и экономической системы (явлений, процессов) выступает учет реального поведения экономических агентов. Как мы уже писали ранее, одним из необходимых шагов на пути решения данной проблемы выступает превращение «экономических агентов» в «экономических субъектов» (Неверов, 2009), т.е. признание за ними многомерной самодетерминации поведения, движение от дихотомии рациональность/иррациональность к множественной рациональности. Эта комплексная задача требует не только переосмысления теоретических основ современного экономического, социального и психологического знания, но и изменения методологии моделирования.

Последняя должна перейти от аксиоматических положений о поведении к построению эвристических механизмов его эмпириче-

---

<sup>2</sup> По такому пути, в частности, идут вышеупомянутые исследователи из Омска.

ского выявления. В связи с вышеизложенным, как мы уже отмечали, представляется необходимым отказаться от постулата невозможности получения достоверных данных о мотивах, целях, средствах и т.п. элементах экономической деятельности от самого экономического субъекта и развития специальных экономико-психологических методов познания, способных обеспечить создание релевантного знания как для экономической теории, так и для психологии.

Огромную роль в дальнейшем развитии экономической психологии играет расширение использования в ней экспериментального метода. Во-первых, как справедливо отмечает В.А. Барабанщиков: «От уровня экспериментальных исследований зависит уровень психологической науки в целом и ее роль в жизни общества» (Барабанщиков, 2010). Во-вторых, собственно в применении данного метода исследования лежат основные возможности по реализации экономической психологией своих функций (Неверов, 2009). В-третьих, именно отставание в уровне экспериментальных экономико-психологических исследований – это одна из слабых позиций в уровне развития отечественной традиции данной науки по сравнению с западной. Так, в работах А.Л. Журавлева неоднократно отмечается, что вопрос о развитии экспериментальной экономической психологии занимает особое место в становлении экономической психологии (Журавлев, Купрейченко, 2009). В числе причин такого положения отмечается, во-первых, крайне редкое применение данного метода в отечественной психологии. Так, если исключить работы Т.В. Дробышевой, направленные на изучение экономической социализации, и результаты экономико-экспериментальных исследований Ф.Т. Алескерова, И.П. Меньшикова, А.В. Беянина, А.В. Якуниной и еще нескольких исследований, то можно говорить о полном отсутствии экспериментального исследования в арсенале отечественной экономической психологии. Во-вторых, в условиях крайней неопределенности и многозначности понятийного аппарата экономической психологии, междисциплинарности предметной области, эксперимент, особенно лабораторный, выступает одним из наиболее надежных и строгих инструментов получения первичных данных.

В экономической психологии и поведенческой экономике, особенно в их западных вариантах, активно проводятся лабораторные эксперименты, направленные на выявление стратегий поведения в условиях неопределенности (М. Алле, Ж. Сапир и др.), на

определение механизмов взаимодействия в условиях различных форм контрактации (В. Смит, О. Филипс, Б. Херманн, С. Гэхтер и др.), на определение процесса принятия решений и т.д. Отечественная экономическая психология в связи с тем, что начиная с 1991 г. в нашей стране идут интенсивные социально-экономические изменения, активно использует метод естественного эксперимента (А.Л. Журавлев, Т.В. Дробышева, В.П. Позняков и т.д.). Однако, каждый из этих методов в итоге приводит к изучению экономико-психологических явлений как изолированных друг от друга. Так, метод лабораторного эксперимента, в том варианте, в котором он используется в экспериментальной экономической теории, представляет собой фиксацию типичной и эффективной моделей экономического поведения в заданных условиях экономического взаимодействия. При этом, собственно, психический пласт остается в основном за пределами изучения. Естественный эксперимент зачастую используется как чисто психологический, поскольку направлен на выявление исключительно психических феноменов, тогда как экономические модели и вообще экономика выступают только средой, формирующей эти самые естественные условия и, следовательно, остается за пределами анализа.

По нашему мнению, интегративный подход в экономической психологии может быть возможен только при условии проведения комплексных экономико-психологических экспериментов, в которых в качестве зависимых переменных, фиксируемых экспериментатором одновременно выступают и экономические и психические процессы, закономерности и явления. Более того, в большинстве случаев независимых переменных также несколько. Этот факт позволяет отнести экономико-психологические эксперименты скорее к факторным, чем к традиционным<sup>3</sup>.

Одним из условий организации экспериментального исследования выступает применение моделирования, которое в свою очередь в сфере экономической психологии имеет свои особенности как по сравнению с традиционными для психологии объектами (психическими процессами, состояниями, свойствами и деятельно-

---

<sup>3</sup> Мы здесь исходим из обычного понимания данных планов эксперимента, представленного в психологических словарях. См., напр.: Словарь практического психолога / Сост. С.Ю. Головин. – Минск, 2003. С. 777; Психология труда, профессиональной, информационной и организационной деятельности (реклама, управление, инженерная психология и эргономика): Словарь / Авторы-сост. Б.А. Душков, Б.А. Смирнов, А.В. Королев. – М., 2003. С. 768 и др.



стью), так и по сравнению с объектами моделирования в экономике (экономические процессы и системы) (Неверов, Марков, 2010).

В самом общем виде к их числу можно отнести: во-первых, все объекты моделирования экономической теории и психологии; во-вторых, интегральные процессы и системы, в которых соединяются экономические процессы, системы и явления с психическими явлениями, процессами и закономерностями; в-третьих, специфичные объекты, которые относятся исключительно к экономико-психологической сфере (своего рода синергетический эффект от объектов второго рода). Для удобства дальнейшего анализа обозначим данные группы как объекты первого, второго и третьего рода соответственно.

*Объекты 1-го рода.* Особенностью моделирования объектов данной группы может быть в самом общем виде описана двумя блоками: с одной стороны, для традиционных объектов моделирования в психологии реальная деятельность выступает одним из важнейших компонентов диагностики и изучения. В наиболее четкой форме это выражено в базовом для отечественной психологической традиции принципе единства сознания и деятельности. Между тем, очевидно, что экономическая деятельность выступает одной из наиболее общих реальных деятельностей и тем самым, моделирование психических процессов, явлений и состояний сквозь призму экономической деятельности (так же как и игровую, трудовую и учебную) обладает мощным эвристическим потенциалом. С другой стороны, любая экономическая система и экономические отношения – это совокупность индивидов и их взаимодействий. В этом контексте, традиционные объекты моделирования в экономической теории становятся более адекватными в случае включения в них психологических параметров и переменных. В наиболее явной форме это, по-видимому, проявляется в так называемом когнитивном моделировании систем и процессов, полностью построенном на достижениях современной когнитивной психологии. Хотя, безусловно, это справедливо и для других современных подходов к моделированию экономических процессов и систем.

Тем самым можно выделить общее для объектов 1-го рода: экономическая психология позволяет строить модели традиционных для психологии и экономической теории объектов за счет включения в них контекстной области (экономики для психологических объектов и психологии для экономических объектов). Оче-

видно, что такое дополнение традиционного моделирования позволяет строить более адекватные и комплексные модели, способные к большему прогностическому эффекту.

*Объекты 2-го рода.* Данный класс объектов возникает исключительно в сферах значительно взаимопроникновения экономических и психологических явлений и феноменов. Тем самым, его моделирование становится возможным только при комплексном экономико-психологическом подходе. В противном случае, специфичность данных объектов остается за пределами научного анализа. К таким объектам можно отнести инновационную деятельность (как деятельность по созданию новых экономических благ); рекламу; профиль потребителя; трейдерство; принятие экономических решений; полезность; субъективное благополучие и т.д. Мы, безусловно, не претендуем на полноту охвата, поскольку в настоящее время состояние теоретических исследований в экономической психологии пока не позволяет однозначно решить вопрос о большинстве таких объектов. Более того, практически каждый как из перечисленных нами, так и из неупомянутых здесь объектов нуждается в самостоятельном научном обосновании.

Тем не менее, мы можем заключить, что общим для объектов 2-го рода выступает необходимость специального экономико-психологического моделирования, поскольку в противном случае теряются их важнейшие компоненты, что противоречит самому принципу моделирования.

*Объекты 3-го рода* относятся к наиболее сложным, поскольку требуют наличия базовых моделей объектов 2-го рода. Между тем, и сами данные объекты, во-первых, характеризуются максимальной онтологической сложностью, поскольку являются производными от взаимодействия человека, общества и окружающей среды; во-вторых, характеризуются максимальной гносеологической сложностью – любое аналитическое упрощение базовых моделей приводит к исчезновению данных объектов из поля зрения науки. К этому классу объектов относятся, например, интеллектуальный и социальный капиталы, циклы деловой активности (качественная сторона), рыночные ожидания, инновационная система (региона, вуза, страны и т.п.) и т.д. Именно в отношении этого рода объектов в наибольшей степени справедливы слова О.В. Митиной: «Рассмотрение социума как сложной адаптивной системы требует учета вопросов пространства и времени, нелинейности и сцепления, кажу-

щихся простыми процессов. Ситуацию усложняет тот факт, что главным элементом социальной системы является человек, который сам есть сложная адаптивная система» (Митина, 2010). К сожалению, приходится отмечать, что разработка моделей этого рода объектов пока еще остается делом будущего (хочется надеяться, что ближайшего). Между тем потребность (особенно со стороны социально-экономического прогнозирования) на данный класс моделей крайне высока. В частности, вышеупомянутые глобальные имитационные модели (Дж. Форрестера, Н.Н. Моисеева и др.), столь популярные в 1970-е гг., наглядно продемонстрировали, что для разработки качественного прогноза, крайне существенными выступают параметры обратной связи общества: «Некоторые эффективные во многих отношениях стратегии не могут быть приняты сообществом по психологическим и иным причинам. И это ставит ряд принципиально новых задач» (Крылов, Курдюмов, Малинецкий, 2010), решение которых может быть решено только через последовательное построение моделей объектов 3-го рода.

Помимо данной классификации объектов, существенной для понимания совокупности объектов моделирования экономической психологии выступает классификация объектов как субъектов, систем, процессов, состояний, ситуаций, стратегий и т.д.

Кроме того, сами экономико-психологические модели могут подразделяться на теоретические, эмпирические и математические. Череду классификаций можно было бы продолжить, однако это выходит за рамки стоящей перед нами задачи.

В связи с этим отметим, что, по-видимому, для объектов моделирования в экономической психологии справедливы большинство классификационных признаков, выделяемых при анализе объектов моделирования в психологии и экономической теории.

Отметив общее данных объектов, и проведя их группировку, мы можем перейти к описанию их специфики. В этой связи, очевидно, что собственно специфическими объектами выступают объекты 2-го и 3-го рода, поскольку объекты 1-го рода являются общими и с позиций экономико-психологического подхода можно говорить лишь о специфике самого подхода к их моделированию, но не об их особенностях, что позволяет нам сосредоточиться на анализе именно этих групп.

Специфика моделирования объектов 2-го рода связана, прежде всего, с тем, что они обладают существенными онтологически-

ми признаками, относящимися к предметным областям разных гуманитарных наук: психологии и экономики. Несмотря на то, что для каждого из данных объектов весомость психологических и экономических признаков может быть различной, значимость и тех и других переменных не позволяет абстрагироваться от признаков, относящихся к другой дисциплинарной онтологии. В связи с этим возникает проблема приведения в соответствие терминологии и реализация так называемой коммуникативной методологии (Мазилев, 2007). Как убедительно показано в работах В.А. Мазилова процесс разработки такой методологии в психологической науке еще только начат и крайне далек от завершения, в экономической теории, которая с полным основанием может быть отнесена к парадигмальным наукам такой проблемы нет. При этом существует огромный разрыв между терминологическим аппаратом в психологии и экономической теории. Упомянем только о двусмысленности таких базовых понятий как психология и экономика. Если для экономистов экономика – это, прежде всего, сфера человеческой жизнедеятельности, то для психологов – экономика – это в первую очередь наука. Зеркально обстоит дело с понятием «психология»: психологи считают этот термин обозначением науки, а экономисты используют для обозначения совокупных психических явлений и состояний (в понимании экономическая психология общества, например, и т.д.). Еще сложнее ситуация с более частными понятиями (полезность и ценность, труд, знания, доверие и т.д.), особенно с теми для которых даже в рамках одной науки (экономической теории или психологии) не существует общепринятой трактовки.

Все это вместе взятое крайне затрудняет и удлиняет процесс построения моделей объектов 2-го рода.

Отдельный класс проблем образует кризисное состояние современных экономической теории и психологии, в наиболее яркой форме проявляющееся в разрыве между практикой и теорией. Кризисные явления приводят к обновлению аксиоматики науки, смене научно-исследовательских программ, понятийного аппарата и т.д. Одновременность кризисов психологии и экономической теории обуславливает крайнюю степень динамичности этих параметров в каждой из них, а приведение в соответствие терминологии, столь необходимое для моделирования, требует стабильности хотя бы одной из них. Итак, *первый пункт специфики моделирования объ-*

*ектов в экономической психологии – требование приведения в соответствие терминологии.*

Помимо вышеозначенного, модели второго класса должны быть релевантны как для экономической теории, так и для психологии. Прежде всего, это проявляется в требовании приращения знаний в каждой из данных областей, во-вторых – в эвристичности таких моделей для объяснения традиционных для экономической теории и психологии областей. Например, нет смысла строить экономико-психологическую модель инновационной деятельности в случае, если она не будет помогать экономистам разработать более качественные стратегии инновационного развития, а психологам констатировать базовые закономерности развития инновационных способностей, потенциала и др. компонентов личности. В наиболее явной форме эта специфическая черта объектов моделирования в экономической психологии конкретизируется в требовании междисциплинарной релевантности. Может сложиться, ощущение, что данная черта относится к науке, а не к самим объектам. Однако, само данное условие связано именно с тем, что объекты 2-го рода одновременно содержат элементы двух предметных областей и именно, поэтому в отсутствие междисциплинарной релевантности они теряют свой научный смысл.

Итак, исходя из вышеизложенного, мы можем выделить основные классы объектов моделирования в экономической психологии.

Во-первых, если мы возьмем в качестве классификационного признака качественные параметры объектов то можно выделить: системы (как совокупность субъектов); структуры (как части субъектов и систем); процессы; деятельность и поведение; ситуации; институты (в понимании институционального направления современной науки); явления (установки, самоопределение и т.д.).

Во-вторых, если взять в качестве классификационного признака уровни, то можно выделить субиндивидуальный (структурно-психологический), индивидуальный (наноэкономический уровень), коллективный (групповой, организационный), макроуровень (макроэкономический уровень), системный (все уровни в их взаимосвязи).

В-третьих, если исходить из уровней психологического анализа, то в экономической психологии можно выделить: объекты индивидуального уровня и индивидуальной деятельности (с позиций экономической психологии здесь речь идет о таких объектах как экономическое сознание, экономические установки, экономическая социализация, экономическое самоопределение, субъектив-

ное благополучие и т.п. взятые с позиций их индивидуальной личностной специфики); объекты социально-психологического уровня (экономическое сознание, менталитет, организационная культура, корпоративные знания и т.п. объекты взятые с позиций социально-психологического подхода); объекты поведенческо-экономического уровня (принятие решений, экономическое поведение, полезность, ценность и т.п. как объекты характерные для экономического поведения). Кроме того, в данном контексте образуется целый пласт явлений, процессов и т.п. объектов, которые имеют ярко выраженную специфику на каждом из данных уровней. К таковым в частности относится предпринимательство.

Изучение экономической психологии предпринимательства возможно как с позиций индивидуального уровня. В этом случае мы ставим акцент исследования на выделении специфических явлений: предпринимательской (инновационной) деятельности; предпринимательского сознания; предпринимательских способностей; инновационного потенциала; экономического творчества и т.д. Наиболее распространенным в нашей стране выступает изучение предпринимательства как объекта социально-психологического уровня. В этом случае предприниматели воспринимаются как особая социальная группа и соответственно акцент исследования ставится на особенностях этой социальной группы по сравнению с другими (рабочие, ученые, руководители и т.д.), а также исследуется ролевая структура предпринимательской деятельности. В поведенческой экономике (т.е. на поведенческо-экономическом уровне) предпринимательство воспринимается как особый фактор экономического развития, связанный с генерацией новых комбинаций других факторов производства и соответственно акцент исследования ставится на роли и функциональном наполнении предпринимателя в функционировании экономической системы, а также на описании с этих позиций его содержания. К этой же группе можно отнести рекламу, психологию и поведение потребителя, психологию и поведение в организации и самой организации и т.д.

Тем самым мы можем выделить четвертый уровень объектов экономической психологии: комплексные (или собственно экономико-психологические). По сути, именно объекты четвертого уровня не могут быть изучены никак иначе, кроме как с позиций экономической психологии, а значит, представляют собой наиболее яркий пример предметной области данной науки.

Возможно приведение и других классификаций, но мы позволим себе на этом остановиться, поскольку основная специфика объектов моделирования в экономической психологии вполне очевидна, и мы можем перейти к методу, позволяющему осуществить сам процесс моделирования – экономико-психологическое моделирование.

Анализ совместной деятельности требует соответствующих предмету исследования «процессуальных методических средств», выходящих за пределы возможностей традиционных статичных методик (тестов, опросников и т.д.) и ставит задачу разработки методов, моделирующих групповые процессы, позволяющих «процесс измерить процессом» (Ломов, 1984; Сарычев, Чернышев, 2010). Можно полностью согласиться с А.С. Чернышевым в том, что «релевантным методом исследования совместной деятельности и группового поведения является эксперимент» (Сарычев, Чернышев, 2010).

С этих позиций и рассмотрим проблему применения эксперимента в экономико-психологических исследованиях. Традиционными вариантами организации экспериментального исследования в экономической психологии выступает выделение в качестве независимых переменных элементов одной из базовых онтологий (экономической или психической), а в качестве зависимых – другой. В большинстве случаев в западной традиции происходит экспериментальное исследование, построенное по следующей схеме: в качестве независимой переменной выступает модель экономического взаимодействия (двойной объявленный контракт, выбор экономической стратегии, механизм выбора контрагента), в качестве зависимой переменной – экономическое поведение или процесс принятия экономических решений. Именно под такую обобщенную схему подходит подавляющее большинство исследований, осуществленных в русле так называемой экспериментальной экономики. Вторым обобщенным вариантом выступает схема, когда испытуемому предлагается выбор одного из вариантов (обычно число вариантов ограничено и известно экспериментатору) в сфере экономического поведения, а в качестве зависимых переменных выступает сам факт принятия решения, скомбинированный с диагностикой личностных особенностей испытуемых.

Эффект от использования метода в таком его варианте несомненен, поскольку он позволяет выявлять причинно-следственные связи между психическими и экономическими явлениями, процессами и факторами. Однако его применение требует предваритель-

ной операционализации как независимых, так и зависимых переменных, а значит: предъявляет серьезные требования к изначальному (доэкспериментальному) уровню знания об исходных элементах изучения. К сожалению, большинство экономических и психологических переменных сегодня по объективным причинам этим требованиям отвечать не может. Связано это с тем, что, во-первых, экономическая система – это совокупность взаимодействующих, взаимоопосредующих и т.д. элементов, каждый из которых, в конечном счете, сводится к человеку с его активностью, субъектностью, надситуативностью и иррациональностью. Поэтому подавляющее большинство экономических моделей (если не все) абстрагируются от психических переменных, сводя их к базовой гедонистической дихотомии: стремление к максимизации полезности и минимизации потерь. В этих условиях любая экономическая модель не может выступать в качестве независимой переменной, поскольку содержит в своих основаниях предположения, противоречащие теоретическим моделям, исходя из которых можно операционализировать зависимые психологические переменные. Еще более явно эта проблема проявляется в случае, если в качестве независимой переменной выступают психические явления, свойства и процессы, а в качестве зависимых – экономические модели и переменные. Дело в том, что варьировать психические переменные очень сложно, поскольку они с трудом вычлениаются из всей совокупности психологических факторов, а поскольку любая экономическая модель – это модель, основанная на интеграции индивидуальной и совместной деятельности, то строгость такого эксперимента автоматически ставится под сомнение.

Как известно эксперимент как метод исследования включает в себя все способы изучения, суть которых состоит в том, что исследуемый объект помещается в определенную специально созданную, контролируемую и управляемую ситуацию и его реакции на нее регистрируются. В психологии посредством эксперимента осуществляется изучение психической реальности, направленное на понимание и реконструкцию происходящих в ней процессов. При этом, одной из особенностей применения данного метода в психологических исследованиях выступает крайняя сложность изучаемого объекта. Именно это представляет одну из главных методических проблем, поскольку природа человека, его способность к саморегуляции, к проявлению субъектности, выступающая цен-



тральной для психологии «является слабо контролируемым фактором» (Барабанщиков, 2011). Помимо сложности психики отдельного человека как объекта психологического эксперимента, нельзя забывать и о том, что реальная экономическая деятельность – это деятельность совместная, анализ которой требует соответствующих предмету исследования «процессуальных методических средств», выходящих за пределы возможностей традиционных статичных методик (тестов, опросников и т.д.) и ставит задачу разработки методов, моделирующих групповые процессы, позволяющих «процесс измерить процессом» (Ломов, 1984). Тем самым для сохранения специфики экономико-психологического процесса или явления требуется трехсоставная структура экспериментальной модели, требующая одновременного учета изменений реальных социально-экономических отношений, динамики совместной деятельности и индивидуальных психологических характеристик, в том числе анализа психологической системы деятельности. Помимо этого для применения лабораторного эксперимента в экономической психологии справедливы и традиционные ограничения: аналитичность, искусственность, влияние экспериментатора и т.д. Особого внимания при этом заслуживает вопрос о проведении лабораторного эксперимента в условиях, когда степень существенности воздействия изначально неизвестна, который, по-видимому, следует признать типичным для экономической психологии. Можно предположить, что в таком случае единственно возможным путем достижения экологической валидности выступают: 1) последовательный перебор всех условий (т.е. их включение и исключение, дающее возможность замерить их действие на изменение зависимой переменной); 2) последовательное усложнение экспериментальной модели, которое в своем крайнем воплощении должно дать те же параметры динамики зависимых переменных, что и наблюдаемые в реальных условиях.

Исходя из вышеизложенного, по нашему мнению, интегративный подход в экономической психологии может быть возможен только при условии проведения комплексных экономико-психологических экспериментов, в которых в качестве зависимых переменных, фиксируемых экспериментатором одновременно выступают и экономические и психические процессы, закономерности и явления. Более того, в большинстве случаев независимых переменных должно быть также несколько. Этот факт позволяет отнести

экономико-психологические эксперименты скорее к факторным, чем к традиционным.

Поэтому для исследований в этой области в качестве ориентира должен выступать цикл исследований, включающий в себя: а) построение коммуникативной теоретической модели, обеспечивающей междисциплинарную релевантность выводов и интерпретаций; б) поисковый лабораторный эксперимент, направленный на уточнение гипотез и операционализацию базовых компонентов; в) модификацию теоретической модели, вызванную полученными результатами; г) модификацию экспериментальной модели с учетом новых теоретических положений; д) проведение констатирующего эксперимента; е) формализацию экспериментальной модели; ж) проведение компьютерного модельного эксперимента с целью тестирования полученных данных на полноту и непротиворечивость; з) проверку полученных закономерностей в рамках экономической практики.

Как видно, данный контур, по своей сути, интегрирует четыре метода: экспериментальный, моделирования, математический и так называемый «мысленный эксперимент». Только в этом случае становится достижимым один из базовых принципов – принцип единства теории, эксперимента и практики, восходящий к общеметодологическому принципу отечественной психологии. Как отмечал Б.Ф. Ломов, его применение предполагает разработку новых методов, обладающих более «высокой разрешающей способностью» (Ломов, 1984). Представляется, что это в полной мере применимо к эксперименту в экономической психологии.

Таким образом, подводя итог настоящей статье, следует отметить следующее.

Во-первых, экономическая психология на современной уровне развития науки и социально-экономических процессов может и должна развиваться как синтетическая дисциплина, основным предметом изучения которой выступают сложные системные образования, соединяющие в себе психические и экономические элементы.

Во-вторых, основной задачей, стоящей перед мировой экономической психологией по нашему глубокому убеждению выступает разработка общей экономической психологии (или экономико-психологической теории).

В-третьих, ключевыми элементами, необходимыми для решения этой задачи является выработка специфических методов, спо-

собных обеспечить познание системных экономико-психологических феноменов.

К данным методам в первую очередь следует отнести экономико-психологический эксперимент и экономико-психологическое моделирование.

Решение этих задач создаст объективные условия для совершенствования механизмов и принципов прогнозирования социально-экономической и социально-психологической динамики, обеспечит платформу для более комплексного понимания процессов происходящих в реальной жизни людей.

### ***Литература***

Автономов В.С. Человек в зеркале экономической теории (очерк истории западной экономической мысли). – М., 1993.

Барабанщиков В.А. Предисловие // Экспериментальная психология в России: традиции и перспективы / под ред. В.А. Барабанщикова. – М., 2010.

Барабанщиков В.А. Экспериментальный метод в российской психологии // Современная экспериментальная психология: в 2 т. /под ред. В.А. Барабанщикова. – Т. 1. – М., 2011.

Давыдов Ю.Н. Труд и свобода /Давыдов Ю.Н. Труд и искусство: избранные сочинения. М., 2008. С

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Некоторые направления и условия развития отечественной экономической психологии. Перспективы развития экономической психологии и ее проблематика // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: материалы 10-й межд. науч.-практ. конф. / под общ. ред. А.Д. Карнышева. – Иркутск, 2009.

Журавлев А.Л., Позняков В.П. Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований // Психология. Журнал ВШЭ. 2004. №3. С. 58.

Канеман Д. Карты ограниченной рациональности: психология для поведенческой экономики // Психологический журнал. 2006. №2. Т. 27. С. 5 – 28.

Китов А.И. Психология и экономика: междисциплинарные проблемы в свете решений XXVI съезда КПСС // Психологический журнал. 1982. Т. 3. №3. С. 26.

Крылов В.Ю., Курдюмов С.П., Малинецкий Г.Г. Психология и синергетика // Математическая психология: Школа В.Ю. Крылова /под ред. А.Л. Журавлева, Т.Н. Савченко, Г.М. Головиной. – М.: ИП РАН, 2010. – С. 339.

Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. – М., 1984;

Мазилев В.А. Методология психологической науки: история и современность. – Ярославль, 2007.

Митина О.В. Информационное общество как самоорганизующаяся система: анализ медийно-коммуникативного взаимодействия методами синергети-

ки // Математическая психология: Школа В.Ю. Крылова /под ред. А.Л. Журавлева, Т.Н. Савченко, Г.М. Головиной. – М.: ИП РАН, 2010. – С. 345.

Неверов А.Н. Вклад Н.И. Гвоздевой в развитие отечественной экономико-психологической мысли // Психология и экономика. 2010. Т. 3. №2. С. 19–26.

Неверов А.Н. Капитал и диффузия субъектности. – Саратов, 2009.

Неверов А.Н. Концепция ноосферной экономики. – Саратов, 2009.

Неверов А.Н. Практическая функция экономической психологии в ноосферной экономике // Психология и экономика. 2009. Т. 2. №2. С. 10 – 18.

Сарычев С.В., Чернышев А.С. Методологические проблемы использования эксперимента в социально-психологическом исследовании совместной деятельности и группового поведения // Экспериментальная психология в России: традиции и перспективы / под ред. В.А. Барабанщикова. – М., 2010.

Словарь практического психолога / Сост. С.Ю. Головин. – Минск, 2003. С. 777;

Смит В. Экспериментальная экономика (комплекс исследований, по совокупности которых автору присуждена Нобелевская премия). М., 2008. 808 с.

Фридмен М. Методология позитивной экономической науки // THESIS. 1994. Вып. 4. С. 34 – 35 и др.

Худяков А.И. Экспериментальная психология в схемах и комментариях. – СПб.: Питер, 2008. С. 9.

Экономико-психологическое моделирование /под ред. А.Н. Неверова, В.А. Маркова. – Саратов, 2010.

## **GENERAL ECONOMIC PSYCHOLOGY: SYNTHESIS, SIMULATION AND EXPERIMENT**

**A.N. Neverov**  
(Saratov, Russia)

**Abstract.** *Economic psychology began from fundamental works of A.I. Kitov and has been already developing for three decades. General theory is essential for economic psychology formation. On the basis of general theory system of principles, rules united with the same subject, methods and concept must be built. The author discusses five basic approaches for general theory of economic psychology. Subject and methods of economic psychology are discussed. Economic activity of the subject is implied as fundamental category of economic psychology. The paper suggests that experiment and mathematical simulation method are the most promising in economic psychology further development.*

**Keywords.** *Economic psychology, subject of science, scientific theory, scientific methods, economic behavior, economic activity of the subject, simulation, experiment in psychology.*

# СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПОТРЕБЛЕНИИ

**А.В. Овруцкий**

(Ростов-на-Дону, Россия)

## **Аннотация**

*Автор полагает, что одной из категорий экономической психологии является категория экономических представлений. Автор подчеркивает, что социальные представления, куда входят обыденные и научные репрезентации, наделяются психологическим содержанием, обладают идеологическими функциями. В статье представлены результаты анализа научных представлений о потреблении в экономике, психологии, культурологии и философии. Автор полагает, что потребление в рамках различных научных парадигм рассматривается как феномен, которому свойственны деятельностные характеристики.*

**Ключевые слова:** социальные представления, экономические представления, потребление, производство, феномен отчуждения, фордизм, тойотизм, сетевые организации.

Полагаем, что одной из специфических категорий экономической психологии является категория экономических представлений. Это обусловлено двумя основными причинами. Во-первых, представления являются социально-психологическим образованием и институцируются в рамках социально-психологической теории социальных репрезентаций (С. Московиси, Р. Харе и др.). Здесь социальные представления, куда входят обыденные и научные репрезентации, наделяются психологическим содержанием, обладают идеологическими функциями и предстают как социальная ткань общества.

Во-вторых, социальные представления выступают одной из социальных детерминант поведения. А применительно к экономическому поведению такими детерминантами выступают экономические представления.

Отмечаем разнообразие таких представлений, и вслед за основателями теории социальных репрезентаций выделяем обыденные и научные представления. Постулируется, что между ними существуют устойчивые диалектические связи.

По мнению С. Московиси, любые формы убеждений, идеологических взглядов, знаний, включая науку, являются социальными

представлениями, выступают как система интерпретации, классификации и типологии (Московиси, 1995, с. 3–14). Другими словами, социальные представления сначала описывают, потом классифицируют и, наконец, объясняют объекты представлений, а их главной функцией является функция опосредования поведения. Тем самым, любой социальный акт, включая виды экономического поведения, детерминирован социальными представлениями и функционирует в том числе и в рамках правил социальной семантики.

Применительно к потреблению полагаем возможным выделить четыре типа норм, фиксируемых в той или иной степени в научных и обыденных представлениях. В качестве классификационных критериев норм взяты критерии Ф. Фукуямы.

Во-первых, это иррациональные и спонтанно-созданные нормы, – к этому типу относятся, в частности, многочисленные потребительские запреты, которые возникают на начальных этапах антропогенеза, включая ритуалистику жертвоприношений.

Во-вторых, иррациональные и иерархически созданные нормы. Этот тип включает религиозную регулятивную систему потребления.

В-третьих, спонтанно созданные и рациональные нормы. К этому типу относим весь комплекс научных представлений о потреблении, сформулированных в различных социальных и гуманитарных науках. Такие научные представления существуют в разработанном виде в экономике, маркетинге, философии, психологии, культурологии и социологии. Такие нормы также отражены на наш взгляд на уровне обыденных социальных представлений, формирующихся главным образом на основе научных репрезентаций.

Последний – четвертый – тип норм представляет собой иерархически созданные и рациональные образования, например правовые нормы, отраженные в законодательных и общественных актах, а также идеологические образования (потребительская этика, потребительская мораль и потребительская идеология). Исходя из теоретических положений концепции социальных представлений С. Московиси, между третьей и четвертой группой социальных норм существуют тесные взаимосвязи: научные представления трансформируются в массовом сознании в обыденные, а последние формируют соответствующую идеологию. Имеет место и обратный процесс.

Нами проведен анализ научных представлений о потреблении, существующих в экономике, психологии, культурологии, психологии и философии (См. Таблица 1).

Таблица 1.

**Обобщенные научные представления о потреблении в экономической, социологической, психологической и культурологической парадигмах**

Парадигма	Детерминанты/ Факторы потребления	Соотношение с производством	Предмет потребления	Концепция потребления	Дисфункции
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Классическая экономическая теория	Биологические потребности/Накопление склонности к максимизации выгоды	Подчиненное отношение к производству	Товар, продукт труда, трансформированная материя	Биологический детерминизм, опосредованный индивидуальным рациональным сознанием. Потребление в ситуации дефицита благ. Потребление есть спрос	Недопотребление
Неоклассическая экономическая теория	Биологические потребности/Вкусы, время, информация	Взаимный переход производства и потребления и наоборот	Произведен домашним хозяйством. Предстает как благо, а не предмет	Биологический детерминизм, опосредованный коллективным рациональным сознанием (домохозяйства). Потребление есть производство и спрос. Когнитивная концепция	Аддиктивное потребление
Маркетинговая парадигма	Внешние (научение) и внутренние (личностные)/весь комплекс (экономические, социальные, психологические, культуральные)	Доминирует над производством, потребление – второе, более важное производство	Бренд	Потребление как объект управления. Бихевиоральная и постмодернистская концепции (технологическая концепция)	Аутентичное потребление (недестерминированное маркетинговыми технологиями)

Окончание таблицы 1.

Парадигма	Детерминанты/ Факторы потребления	Соотношение с производством	Предмет потребления	Концепция потребления	Дисфункции
Социологическая парадигма	Социальная семантика/социальные факторы (гендер, возраст, социальный класс и т.д.)	Рассматриваются в автономном существовании (отчуждение потребления и производства)	Не тождественен продукту труда, социальный знак	Потребление как социальный акт (семантическая модель)	Перепотребление
Психологическая парадигма	Личностные	Не анализируется	Психологический ресурс	Потребление как адаптация (адаптационная модель)	Ониомания (потребительский невроз) аддиктивное потребление
Философская парадигма	Социализированные потребности	Противопоставляются	Знак	Потребление как познание (семиотическая модель)	Перепотребление
Культурологическая	Культурная идентификация	Не анализируется	Культурное значение	Потребление как функция культуры	Глобализация потребления



Полученные результаты свидетельствуют, что потребление в рамках различных научных парадигм рассматривается как сложный феномен, которому приписываются различные по происхождению детерминанты. Представления также дифференцируются по таким параметрам как «соотношение с производством», «предмет потребления», «концепция потребления», «дисфункции».

Полагаем, что в целом можно говорить о том, что в большинстве научных парадигм потребление приобретает деятельностные характеристики. Детерминанты переносятся в социальное пространство, сам процесс рассматривается как активный и интенциональный, а наличие представлений о дисфункциях косвенно свидетельствует о необходимости социальной регуляции потребительского процесса. Потребительская деятельность понимается как сложная и специфичная – например, об этом свидетельствует нелинейная связь между производством и потреблением, а также специфические характеристики объекта (предмета) потребления.

Потребление уже в рамках маркетингового подхода начинает рассматриваться как деятельность. Такой деятельности атрибутируется целеполагание, специфичность, сложность и разнообразие детерминационных факторов, а также многоуровневый характер оперирования с предметной средой. Внешние поведенческие эффекты рассматриваются как надежные индикаторы деятельности и ее эффективного управления.

В социологической, психологической и культурологической парадигмах потребительская деятельность еще более усложняется, в описательные и объяснительные схемы вводятся дополнительные факторы, формируются новые потребительские феномены с высоким уровнем специфичности содержания (культура потребления, стили потребления, потребительские ритуалы и т.д.).

Различные взгляды в исследуемых парадигмах зафиксированы относительно дисфункций потребительской деятельности. Так, классическая экономическая теория обозначает все формы недопотребления как дисфункцию, в то время как неоклассическая заменяет недопотребление аддиктивными формами потребительской деятельности. Потребительские аддикции рассматриваются в качестве дисфункций и в психологической парадигме. Противоположные идеи по этому вопросу зафиксированы в маркетинговой и культурологической парадигмах. В первом случае дисфункцией потребительской деятельности является аутентичное потребление,

разворачивающееся вне рамок маркетингового опосредования, а во-втором, наоборот – потребление маркетингово опосредованное, направленное на нивелирование культурных различий и глобализирующее потребительский мир.

Полагаем, что перепотребление наиболее часто называется как дисфункция потребительской деятельности. Такое положение зафиксировано при анализе социологической парадигмы, а значительная часть аддиктивного потребления также носит характер перепотребления.

Целесообразно также соотнести рассмотренные парадигмальные подходы к потреблению с предметными, функциональными и институциональными методами анализа. Предметный анализ включает в себя выявление содержания феномена, функциональный – выполняемых функций, а институциональный – фиксацию типичных паттернов, устойчивых форм организации социальной активности. Исходя из такой дифференциации, экономический подход является предметным, ориентированным на раскрытие границ феномена и его содержания. Психологический и социологический подходы, главным образом, сосредотачивают свое внимание на социально-психологических функциях потребления, т.е. являются функциональными подходами. Здесь в качестве базового принципа функционирования потребления рассматривается обмен. Институциональные же аспекты потребления, на наш взгляд, наиболее адекватно могут быть раскрыты в рамках социально-философского анализа.

Анализ научных представлений о потреблении, сформированных в экономической науке, позволило нам также определить различные этапы доминирования в соотношении институтов «производства» и «потребления».

Полагаем, что производство и потребление, как для экономики, так и для общества в целом, не являются симметричными сферами, и на определенных этапах развития экономики имеет место та или иная диспропорция, характеризующая доминированием одной из функций, различным соотношением институтов «производства» и «потребления». Такая доминанта обуславливает построение экономики и общества в целом, исходит из логики развития производства и потребления, а также выступает как системообразующее начало для социальных процессов (социальные нормы, морально-этические образования, процессы социализации и стратификации).

Наиболее удачное определение производства, отражающее не только его экономическое, но и социальное содержание, на наш взгляд, дано американским экономистом Майклом Портером. По мнению автора, производство – это процесс последовательного создания и накопления ценности, поэтому он предлагает рассматривать производство как «цепочку ценностей» (Портер, 2005, с. 109).

Как отмечал М. Маклюэн, любой предмет потребления хранит в себе труд и информацию, или техническое знание, пропорциональные объему производственной трансформации объекта (Маклюэн, 2003, с. 161).

В экономических представлениях, как мы полагаем, существует определенная двойственность понимания характера взаимоотношений производства и потребления. С одной стороны, высказывается идея о противопоставлении этих процессов. К примеру, в концепции американского экономиста Т. Веблена производство жестко противопоставлено потреблению, а социальные привычки стяжательства праздного класса ставятся в антагонистические отношения «привычкам производительного класса», к которому автор относит, главным образом, инженерно-техническую интеллигенцию (Веблен, 1984).

Потребление в этом случае выступает лишь как отрицательное производство. Как указывает А. Маршалл, производство представляет собой «переделку материи, придающую ей новые полезности», а потребление, таким образом, «перестройку материи, уменьшающую или разрушающую ее полезности». Кроме разрушения непосредственно полезности, потребление также способствует разрушению ценности вещей и расходует время (Маршалл, 2007, с. 113).

С другой стороны, говорится об их неразрывной целостности, их включенности в общий экономический цикл, например, понимание потребления как стадии общественного производства (Самсин, 2003, с. 264). Полагаем, что положение о единстве производства и потребления заложено еще Г. Гегелем в «Феноменологии духа», где философ проводит мысль о целостности производства и потребления, детерминированными потребностями (Гегель, 2000).

Отметим, что эти два концепта можно вычлениить и в картине мира социальных наук, и на уровне социальных представлений. В частности, считаем, что концепция культурно-пищевого разделения Ф. Броделя основана на идее синтеза производства и потребле-

ния. Однако современные критики консюмеризма (идеологии свободного и безграничного потребления), с точностью до наоборот, настаивают на рассмотрении потребления и производства как двух полностью независимых друг от друга процессов, в связи с чем, например, предлагаются способы снижения потребления, такие как введение ежегодного «Дня без покупок» (Хиз, Поттер, 2007, с. 137).

В неоклассической экономической теории происходит определенная конвергенция функций производства и потребления. Так, по мнению Г. Беккера, потребление, по сути, становится новым производством, т.е. в этом процессе домохозяйства производят потребительские блага (Беккер, 2003, с. 490–492). Другими словами, «полезности» производятся исключительно косвенным образом, т.е. через их потребление. В концепции Г. Беккера все потребительские товары предстают как специфический вид услуг, потребляемые исключительно в момент их оказания, в момент их производства. А функции потребления и производства в значительной степени начинают совпадать.

Как указывает Дж. Гэлбрейт, неоклассическая экономическая теория «отдает» власть над производством общественных благ «гражданину как избирателю» (Гэлбрейт, 1979, с. 39). Однако в обществе потребления социальная позиция «избирателя» становится производной от позиции «потребителя», что является следствием системных процессов коммодификации. Таким образом, контроль над производством переходит к потребителю, или же, по мнению Дж. Гэлбрейта, к техноструктуре, полностью управляющей потребителем посредством маркетинговых манипуляций.

Полагаем, что определенные отличия в соотношении производства и потребления можно найти на различных этапах развития экономики: от экономики неолитической цивилизации Древнего мира до постиндустриальной системы. Механизмы взаимодействия производства и потребления были заложены еще на самых ранних этапах человеческой истории. Так, на этапе допроизводственной, промысловой экономики, когда главными видами экономической деятельности была и охота, рыбалка и собирательство, экономической и социальной доминантой являлось распределение. Дальнейшее развитие первобытного общества сформировало «коллективное потребление», предполагающее коллективное управление распределением добытого, воспринимаемого как собственность всего коллектива и потребляемое как таковое.

Не подлежит сомнению, что коллективное управление распределением стало основой социальности, первым социальным институтом, сформировавшим нормы потребления и более широкие нормы взаимодействия внутри социума. Здесь распределение неотделимо от потребления, и все то, что не было потреблено, остается собственностью коллектива. В дальнейшем человечество шло по пути формирования официального института «производство» и торможения, регулирования потребительской активности.

С началом индустриализации возникает социально-экономический феномен, кардинально меняющий соотношение производства и потребления, – феномен отчуждения. Вообще индустриализацию в широком смысле можно раскрыть как перманентный процесс прогрессирующего промышленного развития, а в узком, – определенный период в развитии общества, в течение которого происходит становление промышленной организации общественного производства на основе замены ручной техники машинной, и эта последняя занимает господствующее положение (Гужева, 2000, с. 113). В доиндустриальных экономиках вещи производятся неотчужденным трудом, что создает особую связь между производителем и продуктом (Грегори, 2004, с. 386). Потребление не только аутентично, но и социально и экономически легитимно.

В контексте рассматриваемой проблематики отчуждение можно представить как процесс дистанцирования потребления от производства. Товарный фетишизм и отчуждение труда составляют идеологию капитализма, основанный на примате производства (Хиз, Поттер, 2007, с. 35).

Индустриальная экономика генетически связана с протестантской этикой, в которой труд выступает высшей добродетелью и способом спасения, а деньги – эквивалентом такого труда, и их приумножение или сохранение представляется общим экономическим вектором жизни добропорядочного и, по сути, конформистского человека. В протестантизме труд приравнивался к молитве (Гужева, 2000, с. 399). Другими словами, производство является главной и абсолютной ценностью.

Отсюда, доминантой индустриального мира становится производство и сбережение. Полагаем, что в индустриальную эпоху процесс социализации и стратификации разворачивается, главным образом, в пространстве производства и в логике этой экономической функции. Деньги здесь являются эквивалентом продукта тру-

да, критерием экономической и социальной успешности, а доминирующее сберегательное поведение скорее соответствует принципам производства, нежели потребления.

Закономерным в этой ситуации массового производства явилось появление фордизма. Фордизм предстает как способ организации производства и труда, специфическая социотехническая форма производственной культуры, характеризуемая конвейерными технологиями, принудительным ритмом труда, централизованным и авторитарным управлением, скачкообразным ростом производительности (Бертони, 1994, с. 119). Ритмика производства определяет ритмику потребления, а также время досуга и сна (Гужева, 2000, с. 102).

Отметим, что фордизм основан на концепции агрегированного рынка, ориентированной на унификацию потребительского мира и социального пространства в целом. Очевидно, что известное высказывание Генри Форда о том, что клиенты могут иметь автомобиль любого цвета, если только это будет черный цвет, является отражением основной идеи данной концепции.

По мнению М. Хардта и А. Негри, фордистская модель породила относительно «безмолвные» отношения между производством и потреблением, поскольку массовое производство стандартизированной продукции могло рассчитывать на адекватный спрос и, таким образом, лишь в незначительной степени нуждалось в том, чтобы «прислушиваться» к рынку (Хардт, Негри, 2004, с. 27).

Крупное производство усугубляет отделение производства от потребления: производитель не может потребить все сам, но, чтобы удовлетворить свои запросы, он усиливает специализацию, увеличивает массовость производства (Хардт, Негри, 2004, с. 27). По мнению В.М. Лукина, во всех общественных сферах индустриального общества начинают главенствовать «принципы производства», к которым автор относит принципы специализации, стандартизации, синхронизации, концентрации и максимализации (Лукин, 1993, с. 16–23).

В постиндустриальной экономике в производственный цикл входит новая важная составляющая – информация. М. Портер указывает, что каждый создающий ценность вид деятельности помимо очевидного физического компонента (все материальные задачи, необходимые для выполнения деятельности) обладает еще и компонентом обработки информации, т.е. включает действия по получению, обработке и передаче данных, необходимых для осуществления деятельности. Говоря в широком смысле, последний компонент вклю-

чает все то, что покупателю требуется знать для приобретения и использования продукта с целью достижения желаемого результата. Автор подчеркивает, что исторически физический компонент товара был важнее информационного, однако в постиндустриальную эпоху новые технологии дают возможность за счет информационного компонента создавать большую, чем физический компонент, ценность (Портер, 2005, с. 113–117).

Кроме того, в постиндустриальном производстве все более явным становится перенос акцента с отдельных производственных операций на процесс создания продукта в целом (Иноземцев). Отметим и качественное изменение в области морально-этических норм, регулирующих социоэкономическую систему. На наш взгляд, производственная мораль как регулятор поведения постепенно начинает инфляционировать – производство «очищается» от неэкономических факторов влияния. Глобальный кризис показал, что отсутствие моральных и этических регуляторов не только в финансовом секторе, но и в секторе производства, приводит к агрессивному и антисоциальному экономическому поведению. Примеры с миллионными бонусами для менеджеров банков, взятых из денег налогоплательщиков, а также «нечистый» бизнес крупных фармацевтических компаний относительно гриппа H1N1 наглядно демонстрируют ситуацию такой морально-этической инфляции.

В пространстве потребления, наоборот, происходит интенсивное формирование «потребительской морали» и «потребительской этики». Этот процесс определяется секуляризацией потребления, практически завершившейся на Западе к середине прошлого века. Экономическая социализация и стратификация перемещаются в пространство потребления, образуя новую глобальную социальность.

Как указывает В.Л. Иноземцев, в результате происходит размывание границ между производительным и непроизводительным трудом, между производственной деятельностью и досугом, и, в конечном счете, между производством и потреблением. Возникает переход от «чистого» производства к процессу, в котором важную роль играет потребление, от «чистого» потребления – к производительной деятельности, воспринимаемой в качестве своеобразного досуга (Иноземцев).

Таким образом, современное производство можно охарактеризовать следующими амбивалентными тенденциями. Во-первых, производство дистанцируется от потребления – происходит гео-

графический перенос производственных предприятий из центра на периферию, из экономически развитых стран в страны с более дешевыми трудовыми ресурсами и более мягким социальным и экологическим законодательством. Потребительским же мировым центром остаются страны Запада. Значительный объем товаров широкого потребления в мире производится в полулегальных, «серых», так называемых «свободных зонах экспортного производства» (export processing zones), располагающихся, главным образом, в Индонезии, Китае, Мексике, Вьетнаме и на Филиппинах.

По мнению Н. Кляйн, еще никогда потребление (маркетинг) и производство не были разделены столькими морями и столькими уровнями субподрядчиков, как сегодня (Кляйн, 2005, с. 429).

Во-вторых, потребление и производство начинают конвергироваться, причем производство здесь занимает подчиненное положение по отношению к потреблению. Возникает новая производственная логика кооптации, когда производственная система находит идеи в потребительских практиках и лишь кооптирует, ассимилирует их в своем внутреннем процессе. Конкуренция в современном производстве, на наш взгляд, переносится в сферу потребления и становится конкуренцией потребления. Наиболее острая конкурентная борьба происходит в области брендов, а значит, в массовом сознании целевой потребительской аудитории. Именно потребители становятся единственной экспертной системой конкурентных отношений.

В этой ситуации фордизм не может адекватно организовывать новое производство и экономическую систему в целом. Появляется новая концепция менеджмента – тойотизм.

В узком смысле тойотизм предполагает участие сотрудников в обсуждении производственных и социально-экономических проблем (интеграция коллектива в производство) (Бертони, 1994, с. 122–123). В широком, – это новый тип корпоративной культуры и принцип организации экономической системы, где взаимосвязь между производством и потреблением редуцируется в сторону потребления. К примеру, решение о производстве товара принимается только после сформированного спроса и как реакция на решение рынка, а в некоторых случаях товар не производится до тех пор, пока потребитель не выбрал и не оплатил его. В ряде случаев сам потребитель принимает активное участие в производстве товаров. Со временем происходит накопление навыков такого участия и стимулирование социальной активности (Бертони, 1994, с. 124). В целом практика



тойотизма разворачивается по направлению к гуманизации производства, смягчению отчужденности работника от производственного процесса и его результата.

Тойотизм иногда называют также «менеджментом многообразия» (Хардт, Негри, 2004, с. 150). В рамках этой системы кардинально меняется «фордистская» структура связи между производством и потреблением, формируется обратный поток информации – от потребления к производству, что позволяет изменениям на рынке стимулировать производственные перемены. Здесь коммуникации и информация начинают играть центральную роль в производстве.

Еще одним социоэкономическим феноменом, иллюстрирующим редукцию производства и потребления, мы считаем появление сетевых организаций. В одном из самых распространенных вариантов таких организаций (MLM – multi level marketing) потребление выступает профессиональной деятельностью, т.е. в рамках сети производится продукт (сервис, консультационное обслуживание и т.д.) и, здесь же, как правило, происходит его потребление. Все движение товаров осуществляется внутри сети распространителей, являющихся одновременно дистрибьюторами и потребителями этой продукции.

Производство постиндустриальной экономики теряет доминирующее значение для системы, а вместе с ним и знаки божественного процесса, экономического и социального прогресса, общей добродетели. Как указывает Р.А. Ли, современное производство – это «червивая куколка», из которой рождается бабочка потребления (Цит. по Шмигин, 2009, с. 272). Сфера производства предстает как «ночное время» товара, таинственная экономическая «темная сторона» социальной эксплуатации, эффективно скрывающая ослепительный блеск рынка (Шмигин, 2009, с. 272).

Описывая современный производственный центр Nike в Индонезии, Н. Кляйн делает вывод, что это производство «сослано, унижено до самого презренного в наши дни статуса», заводы и фабрики не имеют своего имени, а сами производители предстают как «своеобразная каста неприкасаемых в иерархии промышленного производства». Само производство сконцентрировано в изолированной внутри зоне, словно там есть ядовитые отходы, а труд оплачивается по самым низким в мире тарифам (Кляйн, 2005, с. 265).

Социальная структура в своем развитии начинает все более нуждаться в потреблении как механизме трансляции, поддержания,

воспроизводства и легитимизации социальной иерархии. Потреблению также требуется дополнительная мотивация – чем в большей степени удовлетворены базовые потребности людей, тем сильнее ощущается мотивационный дефицит, успешно компенсируемый имплантацией в потребительский механизм социальных факторов.

Сущность потребления, как и формы его проявления (экономическая, культурная, психологическая, социальная и др.), нельзя вывести из простого факта удовлетворения витальных потребностей (Логунов, 2003, с. 13). Полагаем, также, что сущность потребления невозможно раскрыть и через редукцию его детерминант к одному из видов парадигмальных факторов. Очевидно, что адекватная концепция потребления является синтетической.

В индустриальный период развития общества видом социально-экономической деятельности был труд, а в постиндустриальный период, соответствующий фазе «общества потребления», такой ведущей деятельностью становится потребление.

Отметим также, что вся классическая система образования была ориентирована на формирование знаний и навыков, которые должны стать базой производства. Образование как обучение производству по своей методологии также являлось социальным (гуманитарным) производством образованных граждан. Сегодня этот институт серьезно трансформируется, и социальная действительность формирует принципиально иную образовательную потребность – создание образовательной системы обучения потреблению.

Еще одна дифференциация производства и потребления проходит по критерию креативности. Креативность – это то, что объединяет человека с Богом (по Образу и Подобию), и практически на всем протяжении человеческой истории это качество четко ассоциировалось исключительно с производственным процессом. Даже искусство понималось как специфический вид трудовой деятельности талантливого человека, приводящий к созданию творческих продуктов. Другими словами, любой труд был освящен божественным знаком творчества.

Постиндустриальное общество предлагает новые креативные практики потребления, становящиеся главными проявлениями профанного искусства, а производство, в свою очередь, теряет креативную привлекательность (Пигулевский, 2002).

Социологи отмечают, что в современном западном обществе идет активное формирование нового «креативного класса» – могу-

щественного класса актеров, музыкантов, художников, журналистов и др., обладающих большим «экономическим влиянием» и ус-танавливающим всеобъемлющие нормы для общества в целом. Обычно – это нормы потребления, выходящие за рамки конформизма и базирующиеся на ценностях «непохожести», «самовыражения» и «индивидуализма». Креативщики в наше время составляют почти треть всей рабочей силы в США и зарабатывают в среднем вдвое больше, чем рабочие и сотрудники сферы услуг (Хиз, Поттер, 2007, с. 235–236).

Доминантное положение производства или потребления на определенных этапах развития социоэкономической системы определяет не только ее экономический образ, но и социальное наполнение. Социальные нормы формируются вместе с нормами потребления и производства, становящимися областью социального творчества.

Классическая и неоклассическая экономическая теория, соответствующая, главным образом, индустриальному периоду развития экономики, обозначает производство как абсолютную добродетель, а потребление как процесс в значительной степени негативный, биологический, по сути, экономически вредный, выводящий блага из экономического оборота и наделяемый экономическим содержанием лишь частично, в преломлении к спросу.

Таким образом, анализ научных представлений о потреблении позволяет раскрыть нормативный пласт экономического поведения в современном обществе, объяснить различные экономические артефакты, проследить динамику в генезисе как социоэкономической системы в целом, так и человека экономического, в частности.

### ***Литература***

Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. М.: ГУ ВШЭ, 2003. 672 с.

Бертони С.Л. «Тойотизм» как новая форма взаимодействия труда и капитал // Вопросы экономики. 1994. № 3. С. 119–127.

Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 367 с.

Гегель Г.В.Ф. Феноменология духа. М.: Наука, 2000. 495 с.

Грегори К.А. Дары // Экономическая теория; под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена / пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2004. XII, С. 383–393.

Гужева Е.Г. Теория потребления: концептуальные подходы к развитию национальной экономики: дис. ... д-ра. эконом. наук. СПб, 2000. 447 с.

Гэлбрейт Дж. Экономические теории и цели общества / пер. с англ.; под ред. Н.Н. Иноземцева, А.Г. Милейковского. М.: Прогресс, 1979. 406 с.

Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. (Электронный ресурс).

URL: <http://lib.ru/ECONOMY/inozemcew.txt>.

Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брендов. М.: Добрая книга, 2005. 624с.

Логунов А.В. Престижное потребление в системе символического обмена и конструирования социальной идентичности в трансформирующемся российском обществе: дис. ... канд. социол. наук. Владивосток, 2003. 191 с.

Лукин В.М. Модели индустриальной и постиндустриальной цивилизаций в западной футурологии // Вестник СПбГУ. 1993. Сер.6. Вып. 1. Философия. Политология. Социология. Психология. Право. С. 16–23.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. М.: Канон-Пресс-Ц, 2003. 464 с.

Маршалл А. Основы экономической науки. М.: Эксмо, 2007. 823 с.

Московиси С. Социальное представление: исторический взгляд // Психол. журнал. 1995. Т. 16. № 1–2. С. 3–18, С. 3–14.

Пигулевский В.О. Ирония и вымысел: от романтизма к постмодернизму. Ростов н/Д: Фолиант, 2002. 418 с.

Портер М.Э. Конкуренция / пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.

Самсин А.И. Основы философии экономики: учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 271 с.

Хардт М., Негри А. Империя / пер. с англ.; под ред. Г. В. Каменской, М. С. Фетисова. М.: Праксис, 2004. 440 с.

Хиз Дж., Поттер Э. Бунт на продажу / пер с англ. М.: Добрая книга, 2007. 456 с.

Шмигин И. Философия потребления / пер. с англ. Харьков.: Гуманитарный Центр, 2009. 304 с.

## COMPARATIVE ANALYSIS OF SOCIAL REPRESENTATIONS ABOUT CONSUMPTION

**A.V. Ovrutsky**

*(Rostov-on-Don, Russia)*

### **Abstract.**

*The author implies that economic representation is a basic category of economic psychology. Social representations include scientific theories and common sense and being supported by psychological contents obtain ideological functions. The findings of scientific representations research about consumption in economy, psychology, philosophy and culturology are described. According to the author different scientific paradigms consider activity as characteristic of consumption.*

**Keywords.** *Social representations, economic representations, consumption, production, fordism, toyotism, network organizations.*

# ПСИХОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА – АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

**В.П. Позняков**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье излагаются результаты качественно-количественного анализа публикаций по экономической психологии за период с 2000-го по 2010-й годы. Анализируется современное состояние исследований в области экономической психологии и тенденции их динамики на протяжении последнего десятилетия. В качестве одной из важных тенденций развития отечественной экономической психологии отмечается значительный рост числа исследований и публикаций по направлению «Психология предпринимательства и бизнеса». Представлены результаты и перспективы работы по созданию научно-информационной базы данных «Социальная психология российского предпринимательства»<sup>1</sup>.*

**Ключевые слова:** тематика регулярных конференций по экономической психологии в России, психология предпринимательства и бизнеса, информационно-исследовательская база данных, российские предприниматели.

Для анализа динамики развития российской экономической психологии (далее – ЭП) в 21 веке мы решили проанализировать тематику регулярных конференций по ЭП за 2000–2002 гг. и 2008–2010 гг., т.е. начала и завершения первого десятилетия 20-го века. Выбор в качестве первой даты 2000-го года связан с тем, что именно в этом году в Калуге на базе Калужского государственного педагогического университета состоялась первая Всероссийская конференция Российского психологического общества по экономической психологии. В 2000-е годы регулярные конференции по ЭП проводились также в Санкт-Петербурге (Финансово-экономическая академия) и в Иркутске (Иркутская государственная экономическая академия). В 2008–2010 гг. конференции проводились также в Москве (Финансовая академия при Правительстве РФ) и в Саратове (Саратовский государственный социально-экономический универ-

---

<sup>1</sup> Исследование проведено при финансовой поддержке РГНФ (Грант № 12-06-12042 «Информационно-исследовательская база данных «Социальная психология российского предпринимательства»).

ситет). За основу распределения тем выступлений по различным направлениям ЭП было взято сформированное на основе содержательного анализа публикаций и рубрикаций, предложенных организаторами конференций, с привлечением мнений экспертов, выделение основных тематических блоков (или разделов) по направлениям исследований. В случае, если содержание публикации тематически соответствовало сразу двум или трем разделам, публикация учитывалась в нескольких разделах. Публикации, не имеющие, по мнению авторов, прямого отношения к ЭП, исключались из нашего анализа.

*Таблица 1.*

**Публикации материалов конференций по ЭП за 2000–2002гг.**

<b>№</b>	<b>Основные разделы ЭП</b>	<b>Кол-во работ по разделу</b>	<b>Доля (в %) от общего числа публикаций</b>
1.	Теоретические и методологические проблемы ЭП.	51	10,97
2.	История ЭП и ее перспективы.	10	2,15
3.	Психология и экономика обмена и потребления.	17	3,66
4.	Экономико-психологическая социализация и адаптация.	53	11,40
5.	Психология качества жизни.	8	1,72
6.	Экономическое самоопределение личности.	4	0,86
7.	Психология труда.	55	11,83
8.	Психология управления.	62	13,33
9.	Психология занятости и безработицы.	8	1,72
10.	Психология криминального поведения в сфере экономики.	25	5,38
11.	Преподавание теории ЭП в высшей школе.	36	7,74
12.	Психология экономических изменений в России.	23	4,95
13.	Психология в банковской и финансовой сферах.	23	4,95
14.	Психология денежного обращения.	20	4,30
15.	Психология предпринимательства и бизнеса.	50	10,75
16.	Психология и этика делового взаимодействия.	28	6,02
17.	Психология маркетинга и рекламы.	28	6,02
18.	Экономическая этнопсихология.	31	6,67
19.	Психология отношений собственности.	9	1,94
20.	Экономико-психологические аспекты в политике.	10	2,15
21.	Экономико-психологические проблемы экологичной экономики.	4	0,86
22.	Инновации и инновационная личность: экономико-психологические аспекты.	4	0,86
<b>Всего публикаций</b>		<b>465</b>	<b>100 %</b>

По результатам анализа было выявлено, что наиболее широко представленным на конференциях по ЭП в 2000–2002 гг. являлось направление «Психология управления» (раздел 8, из учтенных 465 тем 62 работы относятся к этому разделу, т.е.  $\approx 13\%$ ). Это свидетельствует о преемственности развития ЭП в России от данного научного направления. Кроме того, ключевыми направлениями исследований выступали: «Психология труда» (раздел 7, 55 публикаций), «Экономико-психологическая социализация и адаптация» (раздел 4, 53 публикации), «Теоретические и методологические проблемы ЭП» (раздел 1, 51 публикация) и «Психология предпринимательства и бизнеса» (раздел 15, 50 публикаций). По психологии труда и до 2000 г. уже существовало достаточно большое количество исследований и публикаций, что опять же говорит о преемственности развития ЭП и ее связи с ранее сформированными научными направлениями прикладной психологии. Важно отметить и появление в эти годы относительно новых для российской науки и самостоятельных направлений исследований: психология предпринимательства и бизнеса и экономико-психологическая социализация и адаптация. Наряду с этим, следует отметить сравнительно небольшое количество публикаций в разделах 6 «Экономическое самоопределение личности», 21 «Экономико-психологические проблемы экологичной экономики», в разделе 12 «Психология экономических изменений в России» и 22 «Инновации и инновационная личность: экономико-психологические аспекты».

В середине первого десятилетия 21-го века наблюдался некоторый спад в интенсивности проведения научных конференций по ЭП. Поэтому в качестве исходных материалов для нашего анализа мы взяли публикации сборника научных трудов, наиболее полно отображающие состояние исследований и перспективы развития ЭП в эти годы («Проблемы экономической психологии» Том 1 и Том 2. Москва, Издательство «Институт психологии РАН», 2004, 2005 гг. Ответственные редакторы А.Л. Журавлев и А.Б. Купрейченко). В этих книгах редакторы предлагают свое разделение по направлениям ЭП, которое имеет сходство с предлагаемым нами применительно к публикациям материалов конференций. В каждом из 12 разделов двухтомника содержится 3–4 ключевые работы по ЭП. Разумеется, это не все существующие на тот момент научные публикации, поэтому, в нашем анализе мы учитывали также источники, на которые ссылаются авторы статей сборника. Так как задачей был

анализ состояния развития отечественной ЭП в 21 веке, учитывались научные публикации в прессе только с 2000 г. (без учета материалов конференций по ЭП) и только российских авторов.

*Таблица 2.*

**Материалы по ЭП, представленные в статьях сборника «Проблемы экономической психологии» и в библиографиях к этим статьям за 2000-е гг.**

<b>№</b>	<b>Разделы двухтомника</b>	<b>Кол-во работ</b>	<b>Кол-во учтенных источников (с 2000 г.)</b>
<b>1.</b>	Современное состояние исследований в ЭП.	3	59
<b>2.</b>	Психология отношений собственности.	3	24
<b>3.</b>	Психология денежного обращения.	4	17
<b>4.</b>	Психология безработицы.	3	21
<b>5.</b>	Экономическая социализация и адаптация.	4	26
<b>6.</b>	Психологические проблемы качества жизни.	3	27
<b>7.</b>	Экономическая этнопсихология.	3	17
<b>8.</b>	Теоретические проблемы ЭП.	5	81
<b>9.</b>	Психология предпринимательства.	3	14
<b>10.</b>	Психология рекламы.	4	36
<b>11.</b>	Экономические ценности в индивидуальном и групповом сознании.	3	23
<b>12.</b>	Экономическое самоопределение личности.	4	24
<b>Всего работ</b>		<b>42</b>	<b>379</b>

Проанализировав данные, представленные в таблице 2, можно сделать вывод, что наиболее проработанными и востребованными разделами российской ЭП в 2004–2005 гг. являлись: «Теоретические проблемы ЭП» (81 работа), «Современное состояние исследований в ЭП» (59 публикаций), «Психология рекламы» (36) и «Психологические проблемы качества жизни» (27). Важно заметить, что в двухтомнике 2004–2005 гг. нет многих разделов, которые представлены в нашем анализе материалов конференций по ЭП. Например, психология управления, психология труда, психология экономических изменений в России, психология в банковской и финансовой сферах и др. Возможно, некоторые из них действительно можно относить в отдельные самостоятельные разделы психологии. Однако, с другой стороны, раз такие темы фигурируют на конференциях по ЭП, значит, ученые, участвующие в них, считают уместным их наличие в числе разделов ЭП.



Столь большое количество источников, на которые опирались ученые, занимающиеся теоретическими проблемами ЭП (раздел 8), можно объяснить еще и тем, что авторы двухтомника включили 5 публикаций по этой теме (и видимо не случайно), хотя другие разделы содержат только 3, максимум 4 научные работы. В любом случае, очевидно, что теоретические проблемы ЭП были в центре внимания ученых в 2004–2005 гг. Из этого следует, что в тот период ЭП как новое научное направление переживала этап своего теоретического оформления, становления ЭП как нового научного направления в системе наук. Сравнительно небольшое количество источников по теме психология денежного обращения объясняется использованием авторами работ, входящих в этот раздел, преимущественно иностранных источников при написании своих научных трудов. Незначительное количество источников, на которые ссылаются авторы публикаций, представленных в разделе «Психология предпринимательства», обусловлено и тем, что по этой теме в сборник включено всего 3 научные работы, и тем, что их авторы ссылались в основном на научные публикации 90-х годов прошлого века.

*Таблица 3.*

**Публикации материалов конференций по ЭП за 2008–2010 гг.**

<b>№</b>	<b>Основные разделы ЭП</b>	<b>Кол-во работ по разделу</b>	<b>Доля (в %) от общего числа публикаций</b>
1.	Теоретические и методологические проблемы ЭП.	79	13,37
2.	История ЭП и ее перспективы.	11	1,86
3.	Психология и экономика обмена и потребления.	24	4,06
4.	Экономико-психологическая социализация и адаптация.	35	5,92
5.	Психология качества жизни.	11	1,86
6.	Экономическое самоопределение личности.	5	0,85
7.	Психология труда.	79	13,37
8.	Психология управления.	65	11,00
9.	Психология занятости и безработицы.	5	0,85
10.	Психология криминального поведения в сфере экономики.	5	0,85
11.	Преподавание теории ЭП в высшей школе.	53	8,97
12.	Психология экономических изменений в России.	49	8,29
13.	Психология в банковской и финансовой сферах.	32	5,41
14.	Психология денежного обращения.	30	5,08

№	Основные разделы ЭП	Кол-во работ по разделу	Доля (в %) от общего числа публикаций
15.	Психология предпринимательства и бизнеса.	84	14,21
16.	Психология и этика делового взаимодействия.	32	5,41
17.	Психология маркетинга и рекламы.	34	5,75
18.	Экономическая этнопсихология.	49	8,29
19.	Психология отношений собственности.	3	0,51
20.	Экономико-психологические аспекты в политике.	13	2,20
21.	Экономико-психологические проблемы экологичной экономики.	9	1,52
22.	Инновации и инновационная личность: экономико-психологические аспекты.	26	4,40
<b>Всего публикаций</b>		<b>591</b>	<b>100 %</b>

Для количественного анализа публикаций за 2008–2010 гг. были использованы материалы конференций, проведенных в Санкт-Петербурге, Иркутске, Москве и Саратове. Важно заметить, что общее количество учтенных в эти годы работ увеличилось (591 темы, учтенные в эти годы против 465, учтенных в 2000–2002 гг.) вследствие увеличения числа участников конференций и количества вузов и других учреждений, устраивающих конференции по ЭП. Поэтому почти во всех разделах наблюдается увеличение количества научных работ.

Анализ материалов с этих конференций дает весьма интересные результаты. Как видно из таблицы 3 ситуация меняется. Самой востребованной и проработанной темой в 2008–2010 гг. стала «Психология предпринимательства и бизнеса» (из 591 работы, 84 относятся к этому разделу,  $\approx 14\%$  от всех тем). Этому во многом способствовал реализованный на базе ИП РАН проект «Российские предприниматели в изменяющемся обществе». Работа по данному проекту финансировалась РГНФ (гранты № и 09-06-12148в. и № 12-06-12042). Целью проекта является создание Информационно-исследовательской базы данных социально-психологического мониторинга российских предпринимателей. Прикладное значение проекта состоит в применении полученных учеными результатов для содействия и развития малого и среднего бизнеса в России.

Самые значительные перемены произошли в разделе «Инновации и инновационная личность: экономико-психологические ас-

пекты». Количество публикаций этого раздела увеличилось почти в 6 (!) раз. Причина этой ситуации вполне очевидна: нынешняя государственная политика в области развития инновационной системы в России ориентирована на формирование и становление новой инновационной экономики. Естественно, что все новое (а в нашем случае – развитие инноваций и влияние их на человека) вызывает большой интерес со стороны как обычных граждан, так и ученых.

Разверзшийся Мировой финансово-экономический кризис 2008 г. отразился и на тематике работ ученых. Количество публикаций раздела 12 «Психология экономических изменений в России», включающего такую проблему, как влияние социально-экономического кризиса на общество, возросло в два раза: с 23 в 2000–2002 гг. до 49 работ в 2008–2010 гг.

Существенно возросло число исследований по разделам 1 «Теоретические и методологические проблемы ЭП» (с 51 до 79) и 7 «Психология труда» (с 55 до 79). Строго говоря, два этих раздела находятся на втором месте по популярности после психологии предпринимательства и бизнеса. Интерес со стороны ученых к теоретическим и методологическим проблемам ЭП можно объяснить тем, что в начале 2000-х годов ЭП как новое научное направление в России переживает этап стремительного становления и формирования (появляется все больше центров, и специалистов по ЭП) и естественно, что ученых волнуют общие вопросы теории и методологии ЭП. Разделы 18 «Экономическая этнопсихология» (с 31 до 49) и 11 «Преподавание ЭП в высшей школе» (с 36 до 53) также пользуются все большей популярностью среди исследователей. Возрастающую востребованность исследований по теме преподавание ЭП в высшей школе можно объяснить тем, что все больше вузов страны (особенно экономических) включают экономическую психологию в качестве дисциплины, требующей изучения.

Наиболее перспективным направлением исследований в ЭП является изучение экономико-психологических аспектов инноваций и инновационной личности. Количество исследований по этому разделу в 2008–2010 гг. значительно увеличилось. Эта тема особенно актуальна в наше время, когда государство активно пропагандирует развитие нового инновационного общества, направляет огромные средства на развитие инновационной экономики и предоставляет льготы бизнесменам, вводящим инновации в свой бизнес. Кроме того, к числу интенсивно разработанных и перспек-

тивных направлений исследований по-прежнему относятся психологические проблемы экономических изменений в России и экономико-психологические проблемы психологии труда.

Наряду с увеличением спроса на одни темы, интерес к другим снижается. Самое существенное понижение произошло в разделе 10 «Психология криминального поведения в сфере экономики» (с 25 работ в 2000–2002 гг. до 5 в 2008–2010 гг.). Вряд ли это можно объяснить изменениями, происшедшими за последнее десятилетие в российской экономике и во всем обществе. Россия в настоящее время является мировым лидером по количеству экономических преступлений (По данным исследования «Всемирный обзор экономических преступлений», проведенного аудиторской компанией PricewaterhouseCoopers, 71% компаний в России пострадали от экономических преступлений за 2009 г., в то время как среднемировой результат составляет 30%). Возможно, исследователей привлекают проблемы, имеющие более выраженную прикладную направленность. Также значительное уменьшение в количестве научных работ произошло в разделе 4 «Экономико-психологическая социализация и адаптация». По всей вероятности эта некогда востребованная тема уже достаточно проработана и потребность в исследованиях социализации и адаптации снижается.

В конечном счете, судя по результатам анализа тематики российских конференций в 21 веке, можно сделать вывод, что одним из наиболее востребованных направлений исследований ЭП является психология предпринимательства и бизнеса. По этому разделу наблюдается значительное увеличение числа научных работ и их наибольшее количество на недавних конференциях по ЭП. В этой связи актуальной научной задачей является анализ и систематизация исследований по психологии российского предпринимательства и предоставление их результатов широкому кругу заинтересованных специалистов. На решение этой задачи направлен научно-исследовательский проект по созданию информационно-исследовательской базы данных «Социальная психология российского предпринимательства», выполняемый в последние годы коллективом под руководством автора при финансовой поддержке РГНФ (грант № 12-06-12042).

Сегодня во всем мире идет процесс интенсивного создания электронных баз данных, библиотек и соответствующих справочно-информационных систем. В иноязычном Интернете широко

представлены справочные и образовательные ресурсы на английском и многих других языках по различным проблемам экономической психологии, в том числе – психологии предпринимательства. Проект Института психологии РАН и Института гуманитарных исследований МосГУ предполагает публикацию обширного материала по малоизвестным, труднодоступным данным, полученным в результате многолетних исследований, проведенных по единой программе в ряде регионов России группой высококвалифицированных специалистов.

В мировой науке накоплен определенный опыт психологических исследований предпринимателей и предпринимательской деятельности (D. Bowman, 2006; R. Brockhaus, 1982; M.F.R. Kets de Vries, 1985; L.M. Kirsner, 1995; J. R. Baum, M.Frese, & R. A. Baron, 2007; *Psychology of Entrepreneurs. Research and Education*, 2007; S. Shane, 2003; F.Welter, 2006; E. Kepler, S. Shane, S. Heights, 2007; John B. Miner, 1997; M. Fritsch, J. Schmude, 2006; Mueller, StephenL, Dato-On, Mary Conway, 2008 и др.). Есть и попытки описания образа типичного предпринимателя (К. Грей, 1997; Р.Хизрич и М. Питерс, 1992; John B. Miner, 1997; К.Gundry, M.Ben-Yoseph, 2004; Alvaro Cuervo, Domingo Ribeiro, Salvador Roig, 2007; и др.). Однако в этих исследованиях основное внимание уделялось изучению социальных характеристик предпринимательства (социальное происхождение, особенности воспитания и образования, прежний опыт работы, предпочтительные сферы бизнеса и т.д.). Кроме того, полученные данные характеризуют социально-психологические особенности зарубежных, прежде всего – американских предпринимателей и не могут рассматриваться как релевантные для задачи исследования психологии российских предпринимателей.

В российской науке исследованием психологических особенностей российского предпринимательства занимались Д.С. Амирян (2003), Г.Г. Вербина (2001), В.А. Бодров (1995, ред.), Е.П. Ермолаева (1996), А.Л. Журавлев и В.П. Позняков (1995, 2001), Е.М. Корж (2006), А.Б. Купрейченко (2003), В.В. Новиков и В.В. Марченко (1998), С.А. Одинец (2007), С.К. Рощин (1993), О.И. Титова (2007), Е.Б. Филинкова (2007), А.Н. Чиликин (1999), А.Е. Чирикова (1998) и др. Однако конкретных эмпирических исследований, посвященных социально-психологическому анализу личности предпринимателей, до сих пор крайне мало, а их результаты известны лишь узкому кругу специалистов и недостаточно систематизированы. Это

связано, прежде всего, с тем, что предприниматели являются чрезвычайно сложным и труднодоступным объектом для психологического исследования. Результаты ранее проведенных исследований говорят о том, что предпринимательство в России имеет отличительные особенности, в том числе социально-психологические. Эти особенности связаны со спецификой исторического развития России, национальными традициями и особенностями современного состояния экономики, политики и культуры российского общества. Поэтому мы предполагаем возможным проявление региональных и гендерных особенностей в исследуемых феноменах социальной психологии российских предпринимателей.

Разработка информационно-исследовательской базы данных и последующее создание и внедрение информационной системы в сети Интернет с учетом системных и функциональных свойств объекта исследования и современных информационных технологий обеспечивается участием в проекте высококвалифицированных специалистов в области информационных технологий, что, в свою очередь, создаст принципиально новые возможности для изучения процесса формирования и развития предпринимательства в России. Предлагаемый исследовательский проект является продолжением серии эмпирических исследований, выполненных сотрудниками лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН начиная с 1991 г. (Журавлев, Позняков, 1993, 1994, 1995). В рамках этих исследований изучались мотивы выбора предпринимательской деятельности, цели и ценностные ориентации российских предпринимателей, их отношения с партнерами по бизнесу и т.д. Эти исследования способствовали выявлению социально-психологических особенностей российских предпринимателей и тех трудностей, с которыми они сталкиваются. В частности, в 1997 г. было выполнено первое исследование региональных особенностей социальной психологии российских предпринимателей (Позняков, 1999). При этом выявились значительные различия по целому ряду исследуемых параметров между предпринимателями, представляющими различные регионы России. Начиная с 2001 г., особое внимание уделяется исследованию гендерных особенностей российских предпринимателей (Позняков, Титова, 2002). Результаты этих исследований частично опубликованы в академических научных изданиях и доложены на ряде российских и международных научных конференций. Под научным руководством В.П. Познякова защищены три

кандидатские диссертации по социальной психологии российских предпринимателей (Е.Б. Филинкова, 2002 г., О.И. Титова, 2007 г., Т.С. Вавакина, 2011 г.). Сравнительный анализ результатов эмпирических исследований, выполненных по единой программе с временным интервалом, позволит проследить тенденции и выявить закономерности становления социально-психологических особенностей новых российских предпринимателей с учетом влияния регионального и гендерного факторов. Электронная версия монографии В.П. Познякова «Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей» (2001 г.) по данным экспертов являлась одной из наиболее востребованных публикаций отделения философии, социологии и психологии РАН в сети Интернет, а полученные в ходе выполненных за последние 20 лет исследований эмпирические данные представляют большой интерес как для исследователей, так и для студентов вузов и практических специалистов.

На предыдущем этапе работы в рамках проекта РГНФ «Российские предприниматели в изменяющемся обществе: Возобновляемая электронная база данных социально-психологического мониторинга» (грант №09-06-12148в) проведена работа по разработке и созданию следующих модулей информационной системы «Российские предприниматели в изменяющемся обществе». 1. Программа эмпирических исследований. В данном модуле представлен базовый вариант методики стандартизированного опроса российских предпринимателей и изменения, вносившиеся в него на разных этапах исследования. 2. База данных эмпирических исследований, выполненных с 1997 по 2009 гг. В данном модуле представлены данные опросов, проводившихся по единой программе исследовательской группой сотрудников Института психологии РАН и Московского гуманитарного университета под руководством члена-корреспондента Академии Наук А.Л. Журавлева и профессора В.П. Познякова. 3. Избранная библиография. В данном модуле представлена избранная библиография по психологии предпринимательства на русском и английском языках.

Выполненная работа сделала результаты проведенных исследований доступными для широкого круга научных и практических работников, а также студентов аспирантов и преподавателей вузов и создала возможность для дальнейшего углубленного анализа полученных данных, который предполагается выполнить в рамках предлагаемого проекта.

Актуальность предполагаемого проекта обусловлена необходимостью получения системных знаний о социально-психологических закономерностях и механизмах формирования относительно новой социальной группы российского общества – российских предпринимателей. Экономическая и политическая активность представителей этой группы оказывает значительное влияние на динамику социально-экономических изменений. Однако сами российские предприниматели до сих пор не стали объектом полномасштабных, регулярных социально-психологических исследований. Высокая динамичность межрегиональных и международных контактов в современной экономике ставит перед обществом важную задачу – оптимизации делового и межличностного взаимодействия в сфере бизнеса. Включение в бизнес все большего числа предпринимателей – женщин актуализирует необходимость изучения гендерных аспектов делового и межличностного взаимодействия в предпринимательской среде. В связи с этим встает важная научная проблема – изучения социально-психологических особенностей российских предпринимателей, в том числе обусловленных региональной спецификой социально-экономических условий экономической деятельности и их гендерной принадлежностью. Важной социальной проблемой современного российского общества является оптимизация взаимоотношений между представителями различных социально-экономических групп: предпринимателей, наемных работников, государственных чиновников и т.д. Для решения этой проблемы чрезвычайно актуальной научной задачей является изучение взаимных образов, групповых стереотипов, складывающихся в процессе взаимодействия между представителями этих социальных групп с целью последующей их коррекции и оптимизации.

Целью предлагаемого проекта является изучение особенностей социальной психологии российских предпринимателей с учетом региональной специфики и различий, обусловленных гендерной принадлежностью. Фундаментальное значение проекта заключается в том, что при его реализации предполагается впервые показать возможность системного изучения социально-психологических характеристик российских предпринимателей как большой социальной группы.

Предлагаемый проект направлен на решение как сугубо научных, так и прикладных проблем. В результате реализации проекта



будет создан информационный ресурс, имеющий задачей систематизированное представление данных социально-психологических исследований российского предпринимательства, в том числе, исследований, проводимых группой научных сотрудников Института психологии РАН и Московского гуманитарного университета на протяжении последних 20 лет, то есть фактически с самого момента появления представителей этой социальной группы в российском обществе. За это время группой исследователей под руководством члена-корреспондента Академии Наук А.Л. Журавлева и профессора В.П. Познякова проведено 11 полномасштабных «срезов», в ходе которых было опрошено свыше 2000 российских предпринимателей, представляющих разные регионы России и различные сферы бизнеса. Поэтому вторая, отчасти техническая проблема, решаемая в рамках данного проекта, связана со сбором, хранением, систематизацией и распространением в электронной форме больших объемов эмпирических данных, полученных в ходе обследования представителей такой трудно доступной для исследования социальной группы как предприниматели.

Проект предполагает разработку, создание, внедрение и поддержку Интернет-ресурса. Реализация проекта позволит представить результаты исследований российских предпринимателей, выполняемых группой высококвалифицированных специалистов из разных регионов страны по единой программе на протяжении 20 лет, а также предоставить доступ к информации об этих результатах всем заинтересованным пользователям сети Интернет. В основе предлагаемого проекта исследования лежит авторская научная концепция о психологических отношениях предпринимателей как субъектов деловой активности, согласно которой эти отношения имеют иерархическую структуру, включающую отношения предпринимателей к своей экономической деятельности, к различным ее условиям и сторонам, к самим себе как ее субъектам и к представителям других социальных групп, с которыми предприниматели связаны партнерскими и иными формами взаимодействия (Позняков, 2001, 2010). Для решения поставленных исследовательских задач используется оригинальная авторская программа социально-психологического исследования российских предпринимателей (Журавлев, Позняков, 2002; Позняков, 2010). Основным методом сбора исходной эмпирической информации является стандартизированное интервью по специально разработанному вопроснику, а

также психологические шкалы и тесты для оценки индивидуальных особенностей личности. В качестве исследуемых социально-психологических показателей в программу включены следующие: мотивы выбора предпринимательской деятельности, ценностные ориентации и социальные установки в сфере предпринимательской деятельности, оценки внешних экономических условий и собственных возможностей в обеспечении успеха своего бизнеса, отношение к риску и конкуренции, характер взаимоотношений с партнерами по предпринимательской деятельности, включая представителей как государственных, так и предпринимательских структур, отношение к риску, конкуренции и неудачам в предпринимательской деятельности, оценки уровня деловой активности, успешности своей предпринимательской деятельности и удовлетворенность ее результатами. Выделение этих показателей в качестве исследуемых переменных связано с тем, что, как показали результаты ранее проведенных исследований, именно они характеризуют социально-психологические особенности предпринимателей как новой социальной группы.

Статистическая обработка результатов исследования производится на персональных компьютерах с использованием стандартных пакетов программ обработки данных. При теоретическом анализе и интерпретации полученных предполагается использовать не только количественные, но качественные методы: историко-теоретический, герменевтический, тезаурусный, что позволяет придать результатам анализа фундаментальный характер.

Выполнение предлагаемого проекта предполагает разработку и создание следующих модулей информационно-исследовательской системы «Российские предприниматели в изменяющемся обществе». 1. Состояние и перспективы развития социально-психологических исследований российского предпринимательства. В данном модуле будет представлен реферативный обзор исследований по психологии предпринимательства, в том числе, выполненных в последние годы, обновленная библиография по психологии предпринимательства. В специальном разделе будут представлены авторефераты кандидатских и докторских диссертаций по психологии российского предпринимательства и смежным проблемам. 2. Социально-психологические характеристики российских предпринимателей в изменяющемся обществе. В данном модуле будут в развернутом виде представлены результаты эмпирических исследований социальной психологии российских предпринимателей, в

том числе дипломных работ, магистерских и кандидатских диссертаций, выполненных под руководством отдельных участников проекта. 3. Региональные и гендерные особенности социально-психологических характеристик российских предпринимателей. В данном модуле будут представлены результаты опросов, проведенных по единой программе в разные годы и в различных регионах России (Москва, Центральный регион, Восточная Сибирь и Северный Кавказ), а также результаты, полученные на выборках предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин.

Создание электронной информационно-исследовательской базы данных позволит предоставить доступ к собранной и систематизированной научной информации широкому кругу потенциальных пользователей в глобальной сети Интернет: исследователей, преподавателей, политиков, экономистов, менеджеров, издателей, студентов и др. Таким образом, коллективными пользователями проекта выступают научно-исследовательские организации и их подразделения, высшие учебные заведения, а также федеральные и региональные организации, занимающиеся поддержкой и развитием малого и среднего бизнеса в России.

Одним из конкретных научных результатов выполняемого проекта стало выявление и анализ социально-психологических факторов деловой активности московских предпринимателей. Был проведен анализ данных, полученных по единой программе в опросах 1997, 2003, 2007 и 2010 гг. Всего было опрошено 569 человек – представителей малого и среднего бизнеса. Во всех выборках представлены предприниматели разных возрастных групп, причем преобладают респонденты молодого и среднего возраста, т.е. наиболее активная часть представителей данной социальной группы. Доля опрошенных мужчин значительно превышает долю женщин, что соответствует реальному их соотношению. Во всех опросах представлены респонденты, различающиеся по опыту и сферам предпринимательской деятельности. В целом по своим социально-демографическим характеристикам все выборки являются достаточно представительными и сопоставимыми.

Основным методом сбора информации явилось стандартизированное интервью для изучения психологических отношений к предпринимательской деятельности, которые выступают, по нашему мнению существенными социально-психологическими факторами деловой активности предпринимателей. Для оценки предприни-

математиками собственной деловой активности использовался оригинальный методический прием. Мы просили респондентов оценить степень своей деловой активности, понимаемую как стремление повысить свои доходы, по 7-мибалльной шкале, крайним полюсам которой соответствовали оценки «очень низкая» (1 балл) и «очень высокая» (7 баллов). Кроме того, респондентам предлагалось оценить изменение своей активности в последнее время. При этом в качестве вариантов ответов предлагались суждения, характеризующие не только ретроспективную оценку изменения деловой активности в прошлом, но и прогнозируемую динамику ее изменения в будущем. Тем самым была реализована авторская идея анализа психологического отношения предпринимателя к своей деятельности в рамках временного континуума (прошлое, настоящее, будущее). Математико-статистическая обработка полученных данных включала первичную обработку, а также корреляционный и факторный анализы.

По результатам корреляционного анализа данных была выделена совокупность показателей, тесно и устойчиво связанных с оценкой предпринимателями уровня своей деловой активности. Такими показателями являются оценки: благоприятности внешних экономических условий предпринимательской деятельности, собственной конкурентоспособности, удовлетворенности экономическими результатами деятельности, успешности деятельности в настоящее время, степени надежности партнеров по бизнесу и собственных возможностей в повышении успешности предпринимательской деятельности. Также были обнаружены значимые связи оценки деловой активности с оценками: отношения к конкуренции, отношения к риску, оценкой собственного благосостояния предпринимателя и материального уровня семьи в настоящее время. Это позволяет сформулировать перечень социально-психологических феноменов, предположительно оказывающих действенное влияние на деловую активность предпринимателей и в значительной степени определяющих ее уровень и динамику. Представленные данные говорят о том, что степень деловой активности предпринимателя оказывается взаимосвязанной как с оценками внешних условий предпринимательской деятельности, так и с самооценкой самого предпринимателя и результатов его деятельности.

Для выделения факторов деловой активности был проведен факторный анализ данных каждой выборки. Факторный анализ был проведен методом главных компонент с применением враще-

ния полученных осей по типу varimax normalized. Для определения количества факторов был использован критерий Кайзера (значимые факторы имеют собственные числа).

Для данных опроса 1997 г. было получено четырехфакторное решение, описывающее 64% всей выборки. Результаты факторного анализа (извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков со значимыми факторными «весами», превышающими 0,4) представлены в таблице 4.

Таблица 4.

**Извлечение из матриц факторных нагрузок признаков со значимыми факторными «весами», превышающими 0,4 (1997 г.)**

<b>Социально-психологические признаки деловой активности</b>	<b>Фактор 1</b>	<b>Фактор 2</b>	<b>Фактор 3</b>	<b>Фактор 4</b>
Отношение к конкуренции		0,80		0,87
Отношение к риску				
Оценка благоприятности экономических условий деятельности	0,40			
Оценка конкурентоспособности		0,66		
Удовлетворенность экономическими результатами деятельности	0,76			
Оценка успешности деятельности в настоящее время	0,60			
Оценка степени надежности партнеров		0,65		
Оценка жизненного уровня семьи в настоящее время	0,81			
Оценка изменения своей деловой активности			0,82	
Ожидаемые изменения жизненного уровня семьи	0,41		0,43	
Оценка уровня собственного благосостояния	0,41		0,38	0,55
Оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса			0,78	

Для данных опроса 2003 г. было получено трехфакторное решение, описывающее 57% всей выборки. Результаты факторного анализа представлены в таблице 5.

Таблица 5.

**Извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков  
со значимыми факторами «весами», превышающими 0,4  
(2003 г.)**

<b>Социально-психологические признаки деловой активности предпринимателей</b>	<b>Фактор 1</b>	<b>Фактор 2</b>	<b>Фактор 3</b>
Отношение к конкуренции		0,56	
Отношение к риску	0,53		0,41
Оценка благоприятности экономических условий деятельности		0,41	
Оценка конкурентоспособности		0,70	
Удовлетворенность экономическими результатами деятельности	0,57	0,54	
Оценка успешности деятельности в настоящее время	0,40	0,71	
Оценка степени надежности партнеров		0,59	
Оценка жизненного уровня семьи в настоящее время	0,90		
Оценка изменения своей деловой активности			0,74
Ожидаемые изменения жизненного уровня семьи			0,83
Оценка уровня собственного благосостояния	0,76		
Оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса			0,57

Для данных опроса 2007 г. было получено трехфакторное решение, описывающее 55% всей выборки. Результаты факторного анализа представлены в таблице 6.

Таблица 6.

**Извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков  
со значимыми факторами «весами», превышающими 0,4  
(2007 г.)**

<b>Социально-психологические признаки деловой активности предпринимателей</b>	<b>Фактор 1</b>	<b>Фактор 2</b>	<b>Фактор 3</b>
Отношение к конкуренции			0,70
Отношение к риску			0,57
Оценка благоприятности экономических условий деятельности		0,50	
Оценка конкурентоспособности	0,42		
Удовлетворенность экономическими результатами деятельности	0,82		

Окончание таблицы 6.

<b>Социально-психологические признаки деловой активности предпринимателей</b>	<b>Фактор 1</b>	<b>Фактор 2</b>	<b>Фактор 3</b>
Оценка успешности деятельности в настоящее время	0,85		
Оценка степени надежности партнеров	0,42	0,45	
Оценка жизненного уровня семьи в настоящее время	0,77		
Оценка изменения своей деловой активности		0,82	
Ожидаемые изменения жизненного уровня семьи		0,73	
Оценка уровня собственного благосостояния			0,64
Оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса	0,65		

Для данных опроса 2010 г. было получено 4-факторное решение, описывающее более 54% выборки. Результаты факторного анализа представлены в таблице 7.

Таблица 7.

**Извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков со значимыми факторами «весами», превышающими 0,4 (2010 г.)**

<b>Социально-психологические признаки деловой активности</b>	<b>Фактор 1</b>	<b>Фактор 2</b>	<b>Фактор 3</b>	<b>Фактор 4</b>
Отношение к конкуренции		0,64		0,87
Отношение к риску		0,73		
Оценка благоприятности экономических условий деятельности			0,81	
Оценка конкурентоспособности	0,72			
Удовлетворенность экономическими результатами деятельности	0,82			
Оценка успешности деятельности в настоящее время	0,87			
Оценка степени надежности партнеров		0,43		-0,49
Оценка жизненного уровня семьи в настоящее время	0,79			
Оценка изменения своей деловой активности		0,61		
Ожидаемые изменения жизненного уровня семьи				0,84
Оценка уровня собственного благосостояния	0,56		-0,60	
Оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса	0,54			

Анализируя полученные результаты, можно заметить, что, несмотря на разное количество факторов, которые были выделены, факторные решения имеют сходство (соответствующие факторы объединяют в себе похожие совокупности социально-психологических признаков). Это позволяет дать некоторую общую интерпретацию для всех решений. Опираясь на результаты факторного анализа, мы выделили три фактора, характеризующие деловую активность предпринимателей.

В первый фактор стабильно входят оценки удовлетворенности экономическими результатами деятельности, успешности деятельности в настоящее время, жизненного уровня семьи в настоящее время и уровня собственного благосостояния. Этот фактор можно интерпретировать, как оценка достигнутых результатов своей деятельности. Второй фактор включает в себя оценки отношения к конкуренции, своей конкурентоспособности, степени надежности большинства партнеров по бизнесу. В 2003 г. в него с большим весом вошла оценка успешности деятельности в настоящее время и оценка экономических условий. Этот фактор интегрально характеризует личное отношение предпринимателя к той среде, в которой протекает его деятельность, к ее законам и правилам, показывает, насколько комфортно и уверенно он себя чувствует в роли предпринимателя. Третий фактор включает, прежде всего, оценки собственных возможностей в повышении успешности бизнеса, ожидаемых изменений своей деловой активности, ожидаемых изменений жизненного уровня семьи. Этот фактор можно интерпретировать как оценку предпринимателем собственного потенциала, возможностей и перспектив развития своего дела, которые непосредственно связаны с оценкой внешних экономических условий.

Совершенно особое место занимает оценка предпринимателями своего отношения к риску. Например, в решении для выборки 1997 г. этот показатель выделился в отдельный фактор (фактор 4), а в 2003 г. он вошел в фактор оценки результатов предпринимателями своей деятельности (фактор 1). Интересно отметить, что в решениях 1997, 2003 и 2007 гг. в фактор, содержащий оценку отношения к риску, входила оценка предпринимателями уровня собственного благосостояния. Возможно, это объясняется существованием определенной прослойки предпринимателей, которые в силу своих индивидуальных психологических качеств склонны работать в условиях высокого риска и которые связывают свои дос-



тижения (в том числе и уровень благосостояния) с собственным умением эффективно работать именно в рискованных ситуациях.

По результатам исследования сделаны следующие выводы.

Выдвинутая нами гипотеза о том, что психологические отношения к предпринимательской деятельности выступают существенными социально- психологическими характеристиками, определяющими уровень деловой активности предпринимателей и его динамику, подтвердились. Полученные результаты свидетельствуют о том, что уровень деловой активности московских предпринимателей и тенденции ее динамики (повышение или понижение) в значительной степени определяются социально- психологическими факторами, к числу которых относятся: оценка предпринимателем достигнутых результатов своей деятельности; отношение к предпринимательству как виду своей деятельности и к среде, в которой она протекает, показывающее насколько комфортно и уверенно субъект ощущает себя в роли предпринимателя в существующих внешних условиях; оценка предпринимателем собственного потенциала, возможностей и перспектив развития своего дела. Выделенные социально-психологические факторы деловой активности можно также соотнести с временным континуумом: фактор 1 – «результаты» (прошлое), фактор 2 – «успешность» (настоящее), фактор 3 – «возможности» (будущее).

Сами психологические отношения к предпринимательской деятельности, рассмотрены в работе как динамические образования. Они не только соотносятся с временным континуумом: прошлое, настоящее и будущее, – но и характеризуются сочетанием относительной устойчивости и изменчивости во времени. Во-первых, это выражается в том, что объекты отношений оценивались не только в статике (состоянии на момент опроса), но и в динамике их изменения (оцениваемой ретроспективно и в виде прогноза изменений). Во-вторых, наряду с анализом структурных особенностей психологических отношений по данным, зафиксированным в ходе единовременного опроса группы московских предпринимателей, проводился анализ динамики психологических отношений предпринимателей во времени путем сравнительного анализа значений отдельных показателей и их структурных взаимосвязей, полученных на сопоставимых выборках путем проведения регулярных повторных «срезов». Такая организация исследования позволила зафиксировать как устойчивые типологические характеристики психологических отношений предпри-

нимателей, так и тенденции их изменения в меняющихся социально-экономических условиях.

Деловая активность предпринимателей представлена в их сознании социально-психологическими характеристиками, соотнесенными во времени с прошлым (оценка результатов деятельности), настоящим (оценка успешности деятельности в настоящее время) и будущим (оценка собственных возможностей и перспектив развития бизнеса). Будучи взаимосвязанными между собой, эти оценки могут проявляться и как относительно самостоятельные характеристики деловой активности. Учет субъективных оценок прошлой, настоящей и будущей предпринимательской деятельности в сочетании с анализом динамики этих оценок во времени позволяет не только надежно оценивать, но и прогнозировать деловую активность предпринимателей.

### ***Литература***

Журавлев А.Л., Позняков В.П., Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России // Психологический журнал. 1993, т.14, №6.

Журавлев А. Л., Позняков В. П. Российские предприниматели в современной социальной структуре // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 61–68.

Журавлев А. Л., Позняков В. П. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995.

Журавлев А.Л., Позняков В.П. Программа социально-психологического исследования российских предпринимателей / Современная психология: состояние и перспективы исследований. Часть 5. Программы и методики психологического исследования личности и группы: Материалы юбилейной научной конференции ИП РАН. Отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 90 – 110.

Журавлев А.Л., Позняков В.П., Титова О.И. Гендерные особенности конкуренции и партнерства // Наука. Культура. Общество. 2008. №3. С. 102–115.

Позняков В. П. Новая социальная группа: признаки, мотивы действий, трудности становления // Человек и труд. 1992. № 4–5. С. 14–17.

Позняков В.П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: Изд-во ИП РАН, 2001. 240 с.

Позняков В.П. Программы и методики социально-психологического исследования российских предпринимателей. М.: Изд-во МосГУ, 2010.

Позняков В.П., Вавакина Т.С. Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству / Знание. Понимание. Умение. Изд-во МосГУ. 2011. №2. С. 36–43.

Позняков В.П. Титова О.И. Психологические отношения российских предпринимателей: гендерные особенности / Вестник РГНФ. №3. М.: Изд-во РГНФ, 2002. С. 162–173.

Психология предпринимательской деятельности / Под ред В.А. Бодрова. М., Институт психологии РАН, 1995.

Рошин С.К. Психология предпринимательской деятельности // Психологический журнал, 1993, т.14, №5.

Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / Под ред. А.Л. Журавлева, Е.В. Шороховой. М., Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.

Чирикова А.Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал, т. 19, №1, 1998, с. 62–74.

## PSYCHOLOGY OF ENTREPRENEURSHIP – PRESSING ISSUE OF MODERN ECONOMIC PSYCHOLOGY

**V.P. Pozdnyakov**  
(Moscow, Russia)

**Abstract.** *The findings of qualitative and quantitative analysis of publication on economic psychology since 2000 to 2010 are presented in the paper. Current state, tendencies and dynamic of economic psychology research for last decade reviewed. Increasing number of publication on psychology of entrepreneurship and business is admitted in the article. Results and prospective of information and research database “Social psychology of Russian entrepreneurship” creation are discussed.*

**Keywords.** *Topic areas of conferences on economic psychology in Russia, psychology of entrepreneurship and business, information and research database, Russian entrepreneurs.*

# НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА И НАЦИОНАЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

**Д.Е. Сорокин**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В своей работе автор рассматривает социальные процессы в обществе как существенный фактор, влияющий на экономические процессы. Цивилизационная принадлежность диктует психологический склад личности, определяя и ее экономическое поведение. Пренебрежение национально-цивилизационной спецификой российского общества породило специфический российский тип экономического поведения. «Прямое» использование экономических теорий неоправданно. Сложность комплексного исследования менталитета россиян связана с исторически сложившейся дифференциацией российского общества. Для решения возникших проблем автор говорит о необходимости задействования экономикой знаний из общественных наук.*

**Ключевые слова:** экономическое поведение, национальная культура, экономический менталитет россиян.

*Когда мы говорили о роли этих аргументов (необходимости учета истории, культуры и национальных особенностей стран при трансформации их институциональной системы – Д. С.) ... с В. Мау... он сказал, что когда слышит подобный аргумент, его рука тянется к пистолету».*

И. Сегвари, ЕБРР

*«...Экономист, рассуждающий... о национальном менталитете.., не широту взглядов демонстрирует, а свою профнепригодность».*

Е. Сабуров, бывший зам. министра образования, министр экономики, зам. Председателя Совета Министров РФ, научный руководитель Института развития образования НИУ ВШЭ

Несмотря на приведенные высказывания столь авторитетных авторов, следует отметить, что не менее авторитетные исследователи представляют ситуацию несколько иначе. Напомним в этой связи, что М. Вебер, рассматривая причины того, что сама индуст-

риальная система возникла и развивалась именно в рамках так называемой западной цивилизации – хотя необходимые для такого развития факторы присутствовали и в иных цивилизациях, – считал, что они кроются в своеобразии культурных особенностей западной цивилизации (Вебер, 1990). Экономическая реализация указанной системы ценностей, как отмечал А. Дж. Тойнби, порождают специфическую цель экономической деятельности, которая «заключается в том, чтобы максимально увеличивать свою производительную способность, перерабатывая рукотворными средствами сырье в определенные продукты и вовлекая в этот механически организованный труд большое количество людей. ...Для европейцев подобное умонастроение характеризуют определенный тип американского бизнесмена, но этот тип, по сути, есть крайнее выражение тенденции, присущей всему западному миру» (Тойнби, 1996). Отсюда понятно, почему именно в западной школе экономической мысли первичный агент экономической жизни выступил в роли «*homo economicus*», деятельность которого детерминируется, прежде всего, его экономическим интересом, суть которого в максимизации индивидуальной полезности, заключающейся в жизненных благах, при минимизации издержек, требующихся для этого.

Поскольку реализация ценностных ориентиров западной цивилизации дала ей неоспоримое экономическое, а, следовательно, и военно-политическое превосходство, принесла человечеству колоссальные блага экономического, научно-технологического и социально-культурного прогресса, позволила обеспечить независимость человека от сил природной стихии, подчинить последнюю своим желанием, создать возможности (особенно на нынешних ступенях технологического развития) для удовлетворения практически любых, самых замысловатых потребностей, включая потребности мышления, более того – открыть новые, неизведанные прежде, наконец, насытить страсть человека к агрессии, постольку теоретически осмысленные принципы функционирования созданной этой цивилизацией экономической системы и предлагается объявить абсолютными для всех времен и народов. По сути, происходит молчаливое признание экономических систем стран «золотого миллиарда» вершиной политико-экономической эволюции. Всем остальным предлагается следовать их примеру. Соответственно политическая экономия, как наука, выясняющая глубинные (фундаментальные) закономерности движения экономической системы

общества и ее эволюции, объявляется исчерпавшей себя, и ее место занимает экономика, сосредотачивающаяся на выяснении деталей функционирования «развитых» экономических систем и объяснении причин «сбоев» этого функционирования, а также на сугубо прикладных вопросах в рамках микроэкономики.

Справедливости ради надо отметить, что свою лепту в закреплении представлений об абсолютизации воздействия экономических закономерностей на экономическое поведение внесла и российская экономическая мысль советского периода. Вульгаризируя марксистские положения об объективной неизбежности интернационализации общественного воспроизводства, она также доказывала приоритетность и идентичность воздействия экономических закономерностей на систему человеческих ценностей во всемирном масштабе.

Однако насколько верно само представление о «*homo economicus*», лежащем в основе современной экономической теории? Ведь если человек – био-социальное существо (Абалкин, 2002), то не существует человека вообще. Человек – продукт определенного социума и отражает исторически присущие этому социуму черты. Но можно ли а priori утверждать, что существует единый критерий полезности для всех социумов?

Как тут не вспомнить С.Ю. Витте, критиковавшего «космополитизм» классической политической экономии, которая – по его мнению – напрямую связывая индивидуума и человечество, «упускает из виду, что между отдельным человеком и человечеством существует еще особая экономическая единица – нация. Эта единица представляет собою нечто органически целое, связанное верою, отдельностью территории, кровью, языком, литературою и народным творчеством, нравами и обычаями, государственными началами и учреждениями, инстинктом самосохранения, стремлением к независимости и прогрессу и проч. Единства эти не выдуманы людскою фантазией или капризом, а сложены исторически, самою природою и законами общежития» (Витте, 1912, с. 95).

Аналогичные взгляды мы находим и у современных западных исследователей. Так, Э. Этциони считал, что «индивиды постоянно находятся под воздействием двух факторов: полезности и моральных обязательств (причем оба эти фактора являются продуктами социализации). Относительная значимость данных детерминантов поведения определена историческими и социальными условиями, а в задан-

ных исторических и социальных условиях она может зависеть от личностных характеристик индивида» (Etzioni, 2002, с. 25).

На этот же аспект проблемы обращал внимание и Г. Мюрдаль, считающий методологически неоправданным абстрагирование от таких «неэкономических» факторов, как «взгляды, правовые и другие институты, обычаи, жизненный уровень и в широком смысле – культура» (Мюрдаль, 1972, с. 95).

Само понимание и полезности, и издержек формируется как результат интегрирующего воздействия не только экономических, но и огромного числа внеэкономических – социальных, культурных (духовных) факторов. Представляется, что именно интегративное действие этих факторов формирует целеполагание экономической деятельности. Иначе говоря, реальное движение агентов экономической жизни общество определяется интегративным действием всей совокупности институтов, образующих целостность данного социума. И если в одном социуме критерием рациональной деятельности выступает стремление к максимизации потребления материальных благ, то это отнюдь не означает, что по этому же критерию определяется рациональность поведения в ином цивилизационном социуме.

Соответственно экономическое мышление и поведение экономических агентов, критерии, которыми они руководствуются при организации своей экономической жизни, – различны в различных национально-государственных экономических системах и соответственно различается сама организация этих систем. Закономерности движения общественного хозяйства, являющегося лишь одной из подсистем по отношению к обществу в целом, испытывают сильнейшее влияние со стороны социо-культурных, природных и т.п. факторов. Поэтому социально-экономическая система в каждом обществе образует свою особую вселенную, законы движения которой, даже будучи едиными, в своей основе, с законами другой подобной вселенной, вместе с тем имеют и огромную специфику в механизме своего действия. Это обусловлено именно тем, что отличает одно общество, один народ от другого в процессе их исторического развития, порождает специфическую культуру, в том числе и культуру (традиции, обычаи и т.п.) экономической жизни. Именно поэтому в различных цивилизационных условиях взаимовлияние (взаимодействие) различных институциональных структур может происходить различным образом, отражая присущие каждой цивили-

лизации ценностные ориентиры. «Характер собственности, рыночные институты, мотивы поведения, отмечал Л.И. Абалкин, – не могут – при всей своей общности – не различаться в англосаксонских и романских странах, в Юго-Восточной Азии и мусульманском мире, в Индии, Китае и России» (Абалкин, 2000, с. 214).

В этой связи следует заметить, что история становления российской экономической мысли тесно связана с пониманием взаимосвязи национальной культуры и национального экономического поведения. Эта взаимосвязь была ясно обозначена еще в первом, написанном на русском языке директором Департамента финансов, обер-прокурором Сената А.Н. Бутовским, учебнике политической экономии, где отмечалось, что «законы экономические, в сущности везде одинаковые, проявляются различно и ведут к различным результатам» в соответствии с «временем, местом и народом». «Если применить теорию к объяснению различных сторон жизни Англии, то еще мало будет брошено света на те же вопросы относительно Франции или России, и еще менее относительно Египта или Китая. ...Деятельность народная, в каждом из этих государств, находится под влиянием обстоятельств совершенно несходных, климата, местоположения, государственного устройства, обычаев и вообще образованности. Неудивительно, что и в ее проявлениях, при всей одинаковости побуждений и средств, есть большое несходство, особенно в направлении и результатах» (Бутовской, 1847).

Можно выделить в этой связи и позицию такого яркого государственного и общественного деятеля России, как С.Ю. Витте, считавшего, что формы проявления того же закона спроса и предложения неизбежно видоизменяются «сообразно различным особенностям общественной организации» (Витте, 1884, с. 134), и потому «до тех пор, покуда русская жизнь не выработает своей национальной экономии, основанной на индивидуальных особенностях русского грунта, до тех пор мы будем находиться в процессе шатания между различными модными учениями, увлекаясь поочередно то одним, то другим; ...и понятно, что до тех пор мы не будем жить правильно экономической жизнью, а будем идти на буксире заграничных вейний и всяких спекуляций насчет народного благосостояния» (Витте, 1884, с. 162). Отсюда вывод: политическая экономия лишь тогда «реалистична» (научна), когда она признает относительность «организации народного хозяйства, которая



должна сообразовываться со временем местом и всеми социальными условиями данного общества» (Витте, 1884, с. 138).

Подтверждением этих теоретических положений служит сама экономическая практика.

Даже в рамках одного национально-государственного социума можно наблюдать существенные региональные различия в функционировании, казалось бы, единой экономической системы и соответственно различные экономические результаты этого функционирования. Одним из примеров здесь могут служить Юг и Север Италии. Другим – проблемы, возникшие при интеграции бывшей ГДР в единую экономическую систему Германии, объясняемые не только разнотипностью этих систем, уровнями технологического и экономического развития, но и в значительной части социально-культурными, социально-психологическими факторами. Последние порождают то, что современный институционализм определяет как неформальные правила экономической жизни. ошибочность представления. Ошибочно считать, писал Д. Норт, «что жизнь и экономические процессы подчиняются писанным законам и правам собственности. Однако даже в самых развитых экономиках формальные правила составляют небольшую (хотя и очень важную) часть той совокупности ограничений, которые формируют стоящие перед нами ситуации выбора... Наше поведение в огромной степени определяется неписаными кодексами, нормами и условностями» (Норт, 1997, с. 56).

Именно учет цивилизационных, культурных факторов при выборе мероприятий по противодействию мировому валютно-финансовому кризису 1998 г. по мнению тогдашнего премьер-министра Малайзии М. Мохаммада и позволил защитить национальные экономические интересы. В выступлении на Всемирном экономическом форуме он отметил: «Когда я высказываю мнение, что у новых индустриальных стран Азии есть общие ценности, которые помогли им продвинуться на пути надежного экономического роста, это часто воспринимается как нахальство или даже как опасная новая форма азиатской культурной агрессии. Многие западники, похоже, считают, что лишь их ценности и этические принципы повсеместно принимаются – или должны приниматься – всеми цивилизованными мужчинами и женщинами мира... Почему многие европейцы понимают, что азиатская музыка может развиваться своим собственным путем, а не вслед за "Битлз", Азнавуром или Моцартом, но столь многие не воспринимают никакой азиатской формы управления го-

сударством, если она не скопирована с европейской? Пожалуйста, не ждите, что мы будем управлять нашими обществами на благо других – и особенно на благо тех, кто хотел бы получать громадные прибыли на наших фондовых рынках... Пожалуйста, позвольте нам... самим решать, каковы наши национальные и социальные приоритеты...» (Цит. по: НГ-дипкуррьер, 2000, №3).

Катастрофические последствия так называемого «десятилетия реформ» 1990-х годов определились не только последствиями общесистемного кризиса, пережитого Россией в конце прошлого века. Существеннейшую роль сыграло пренебреженное национально-цивилизационной спецификой российского общества, породившей специфический российский тип экономического поведения.

Как отмечает В.С. Степин, «реформы 90-х годов ориентировались на копирование западных моделей в экономике, политике и образе жизни. Они имели подражательный характер (игнорировались реальные исторические достижения страны и особенности национальных традиций) и исходили из экономико-центристского мышления, почти фаталистической веры в то, что рыночная экономика автоматически решит социокультурные и духовные проблемы» (Цит. по: Экономист, 2000, №1. С. 4).

Видимо такой подход привел к тому, что как отмечает И. Сегвари, «из примерно 30 официально утвержденных макроэкономических программ (в период 1991–1999 гг. – Д.С.) не была осуществлена ни одна», а фактическая экономическая политика и реформы «резко и последовательно шли вразрез с тем, что было начертано на реформаторском знамени», так как построенные на экономических абстракциях, эти программы, политика и реформы легли «на российскую «почву» (Сегвари, 1999, с. 51, 52).

Косвенным признанием правомерности такой постановки является и тот факт, что в докладе Главного счетного управления США «Помощь зарубежным странам: международные усилия по оказанию содействия реформам в России принесли смешанные результаты» (ноябрь, 2000), подготовленном для Комитета по банкам и финансам Палаты представителей Конгресса США, делается вывод, что западная помощь будет эффективна, если она будет концентрироваться на направлениях, отражающих опыт и приоритеты самой России даже, если они отличаются от западных норм.

Если принять этот подход, то становятся понятным, почему Россия так и не смогла воспроизвести у себя тот или иной тип «за-

падного» социально-экономического устройства и достичь соответствующих социально-экономических показателей своего развития. Ссылки на деформации, порождаемыми то монархическими режимами, то «социалистическими» экспериментами, то борьбой различных сил в т.н. переходный период новейшего времени, по сути, исходят из вульгарного социологизма, который «состоит в прямолинейном выведении всего многообразия явлений общественной жизни, ее противоречий и пороков целиком и исключительно из характера социально-политической системы» (Абалкин, 2000, с. 203). Дело, однако, заключается в том, что сама такая система есть порождение определенного типа цивилизационного устройства, определяющего ментальность и поведение ее (системы) «строителей».

«Своих результатов, – отмечает А.С. Ахиезер, – Запад добился на иной (чем Россия – Д.С.) культурно нравственной основе, на протяжении столетий и даже тысячелетий, развивая утилитаризм» и потому даже «построение» организационных механизмов в социально-политической и экономической сферах, свойственных западной цивилизации *«не означает, однако, превращения России в Запад»* (Ахиезер, 1997).

Ни генетическое сходство (однотипность), ни мнение россиян о том, что они – европейцы, не породили в россиянах ментальность, свойственную представителям западноевропейской цивилизации и адекватный ей тип социального, в том числе экономического, поведения. Представляется, что в гораздо большей степени отражает существо дела постановка, что «между населением России и других бывших европейских республик СССР – Белоруссии, Украины – и населением Европы существуют огромные не только социальные, но и социально-психологические различия» (Кокошин, 2001).

Отмечаемая многими исследователями неадекватность реакции российских хозяйствующих субъектов и населения в целом на те, или иные рыночные сигналы видимо диктуются тем обстоятельством, что эта «неправильность» отражает политико-экономическую природу российского общества, «не вписывающуюся» в стандарты теорий, построенных на опыте функционирования систем, имеющих иную цивилизационную основу и потому порождающих специфический тип национального экономического поведения. Можно в этой связи вспомнить известное, наверное, с петровских времен российское отношение к важнейшей категории рыночной системы – сбере-

жению, произносимое с абсолютной уверенностью в своем – российском – превосходстве: «Да, что мы – немцы – беречь каждую копейку?»<sup>1</sup> Не случайно в России в ответ на призывы освоить немецкий, шведский, китайский и т.д. опыт экономического строительства прижилось возражение: «Где мы возьмем столько немцев, шведов, китайцев и т.д.?».

Исторический опыт, как России, так и других государств, неоднократно демонстрировал: надежды на то, что «овладение» рычагами государственной власти позволит проводить любую политику независимо от отношения к ней общества, как минимум, глубоко антинаучны. Видимо дело в том, что цивилизационная принадлежность диктует психологический склад личности, определяя ее, в том числе экономическое, поведение.<sup>2</sup> Попытки «взломать» этот уровень встречают более или менее осознанное сопротивление.

В свою очередь это означает методологическую неоправданность «прямого» использования экономических теорий, описывающих закономерности функционирования экономических систем, имеющих иное цивилизационное основание.

«Тот факт, – отмечает В.А. Ядов, – что анализ социально-трансформационных процессов в разных регионах мира указывает на существенные цивилизационные различия, подтверждает убедительность аргументов в пользу своеобразия российских трансформаций и в историческом прошлом и в предстоящем будущем. ...Наиболее убедительный исторический аргумент в пользу национально-культурного своеобразия трансформаций демонстрируют Япония, тихоокеанские «тигры» и Китай. Япония сделала опорой своего экономического чуда традиционный корпоративизм. Китай осуществляет свои реформы при сохранении мощной «пирамидальной» основы общественного устройства...» (Ядов, 2001).

Рассматривать закономерности экономической жизни общества, абстрагируясь от специфики национального экономического поведения, определяемого цивилизационными особенностями данного общества, возможно лишь на первом этапе политико-экономического исследования. Однако, оставаясь только на этом в высшей степени абстрактном уровне исследования, невозможно выявить реальные

---

<sup>1</sup> Можно упомянуть и сохранившуюся до наших времен поговорку: «Что русскому – здорово, то немцу – смерть» (кстати сказать, и, видимо, наоборот).

<sup>2</sup> Подтверждением этого тезиса может, в частности, служить этнический состав современного российского бизнеса, отнюдь не воспроизводящий этнический состав населения России.

закономерности движения экономической жизни данного социума. Соответственно предметом экономической науки должна стать конкретная национальная экономическая система. Отсюда следует, что нам нужна не экономическая теория вообще, а экономическая теория современной России в современном мире, раскрывающая механизм действия общих экономических закономерностей в условиях российского социума.

Вместе с тем, то, что в господствующих экономических теориях, образующих «main stream» экономической науки, эта проблема вытеснена на периферию научной мысли, имеет серьезные методологические основания.

Во-первых, сторонники абстрагирования от культурных, цивилизационных особенностей конкретного социума при построении экономической теории, справедливо выдвигают тезис о том, что никто не знает, как практически применить знание особенностей национального экономического поведения в экономической теории и, соответственно, в экономической практике. На этот факт еще почти четверть века назад указывал тогдашний руководитель боннского Института экономики М. Мигель. Считая, с одной стороны, что «для того, чтобы сделать правильные выводы, необходимо учитывать и множество внеэкономических факторов и, прежде всего, человека: его опыт, страхи и надежды, его культурные и религиозные устои, его национальные и региональные особенности»; с другой – он же подчеркивал: «В теории эта необходимость не оспаривается. Специалисты постоянно указывали на значение внеэкономических факторов. Однако на практике они остаются вне поля зрения. И это не случайно. Ведь внеэкономические факторы трудно выразить в цифрах и от того нелегко представить» (Цит. по: За рубежом. 1989. №18. С. 16). Отсюда следует вывод, что, конечно, следует уважать и дорожить национальной историей, культурой и традициями, но не пытаться привнести их в экономическую теорию.

Во-вторых, что касается российского общества, то сегодня вряд ли можно говорить о единстве в понимании особенностей исторически сложившегося национального экономического поведения россиян.

Если одни авторы подчеркивали их общинность, спонтанность (В. Ключевский), иррациональность, коммунитарность (Н. Бердяев), превалирование этических, религиозных начал (П. Флоренский), то можно найти и другие характеристики.

Так, Е.Н. Трубецкой, считая, что в народной сказке «мы... узнаем народную душу со всеми ее качествами и недостатками», анализируя русскую сказку, делает вывод, что в ней «человек... интенсивно воспринимает то *действие сверху* той чудесной силы, которая залетает из запредельной дали в низины здешнего, чтобы унести и поднять его оттуда в заоблачную высь. Но рядом с этим в русской сказке необыкновенно слабо выражено *действие снизу*. В ней сказывается настроение человека, который ждет всех благ от жизни свыше и при этом совершенно забывает о своей, личной ответственности. Это тот же недостаток, который сказывается и в русской религиозности, в привычке русского человека перелгать с себя всю ответственность на широкие плечи «Николы-угодника». Превознесение дурака над богатырем, замена личного подвига на чудесную помощь, вообще *слабость волевого героического элемента*, таковы черты, которые болезненно поражают в русской сказке... <Эта мистика, не воплощающаяся в дело.., легко вырождается в вульгарную мечту о даровом богатстве, о «хитрой науке, чтобы было можно ничего не работать, сладко есть и пить и чисто ходить».>» (Трубецкой, 1995)<sup>3</sup>

Вопреки бытующим рассуждениям об ориентированности россиян на сильное государство ряд исследователей считают, что для российского общества наоборот характерна низкая ценность государства, ссылаясь на исторические источники, согласно которым «крестьяне в России издавна считали, что «никаких налогов никакого начальства не полагается. ... Не нужны им не суд, ни земство, ни школы, никакая культура, ничего «господское», «барское» ... Дайте им жить «по-своему» и не мешайте образовывать мужицкое земство», т.е. возвращение назад, «домой», к временам скифов и сарматов. К такому антигосударственному и антикультурному выводу приходит народ» (Ахиезер и др., 2002).

В противовес многочисленным авторам, трактующим привлекательный исторический образ российского предпринимателя, можно привести мнение И.Т. Посошкова считавшего, что «купечество у нас в России устраивается вельми неправо: друг друга обманывает, и друг друга обидит, товары худые закрашивают добрыми и вместо добрых продают худые и цену берут неправильную, и

---

<sup>3</sup> По сути соглашаются с такой постановкой и некоторые современные политико-экономы (см., в частности: Нуреев Р., Рунов А. Россия: неизбежна ли деприватизация?//Вопросы экономики. 2002. № 6. С. 14).

между собою союза нималого не имеют, друг друга едят, и так все погибают, а в зарубежных торгах компанства между собою не имеют и у иноземцев товары покупают без согласия своего товарищества» (Посошков, 2001).<sup>4</sup>

Автор не берется определять, какие же черты превалируют в российской экономической ментальности. Но сбрасывать со счетов неоднозначность проблемы также нельзя. Также, как нельзя забывать о воздействии на национальный менталитет таких фактов, как предпринятую в начале двадцатого века и продолжавшуюся на протяжении жизни трех поколений попытку физически разорвать историческую преемственность в развитии нации, осуществляемого в период жизни нескольких поколений тотального огосударствления экономической, да и всей общественной и индивидуальной жизни, отсутствие вследствие этого сколь-нибудь развитых демократических традиций, породившие низкий уровень правовой культуры, подавления рыночного оборота, события конца прошлого – начала нынешнего веков, внесших свой «вклад» в маргинализацию российского общества.

Хочется согласиться с теми авторами, которые на основе эмпирических социологических исследований делают вывод, что российские цивилизационные «культурные нормы не являются запретительными... для проведения экономической реформы либерального типа» (Лукьянова и др.). Однако, это будет именно российский цивилизационный тип «либеральной экономики», так же, как и китайский, и индийский, и японский и т.д., сориентированный на присущую данной цивилизации систему ценностей и вытекающие из нее критериальные оценки эффективности и потому не тождественные «образцовым либеральным экономикам» и следовательно вряд ли с политико-экономической точки зрения могущие называться таковыми.

Соответственно задачей экономистов-теоретиков становится «восстановление» «антропологического принципа», о котором писал Н.Г. Чернышевский, суть которого «в том, что на человека надобно смотреть, как на одно существо, ... чтобы не разрезывать человеческую жизнь на разные половины, принадлежащие разным натурам» (Чернышевский, 1938, с. 115). Решение этой задачи в принципе невозможно без привлечения всего комплекса современных научных

---

<sup>4</sup> Судя по этой цитате многие нынешние явления в российском предпринимательстве, действительно, имеют глубокие исторические корни.

знаний о человеке. Характерно, что этот тезис начинает признаваться и ведущими теоретиками экономики и для самих западных обществ. «В наши дни, – пишет П. Самуэльсон, – новая граница в изучении политической экономии пролегает поблизости от... очень важных нематериальных аспектах человеческого существования» (Самуэльсон, 1992, с. 367). По-видимому, это объясняется тем, что переход к новому технологическому укладу, становление «экономики знаний», с одной стороны, востребует, а с другой – порождает индивида с социально развитой системой ценностной ориентации, далекой от примитивных устремлений «*homo economicus*».

В этой связи необходимо комплексное исследование существа экономического менталитета современного российского общества, характерных (превалирующих) ценностных установок и черт экономического поведения. При этом сложность такого исследования определяется исторически сложившейся дифференциацией российского общества, как по природно-климатическим, так и национально-культурным параметрам, что делает бессодержательными попытки построения «модели» некоего усредненного россиянина. Однако при всей методологической сложности этой задачи без ее решения долгосрочная политика будет исходить не из реалий, а неких умозрительных представлений о субъектах ее реализации.

Конечно, сложность формализации внеэкономических факторов является немаловажным обстоятельством, затрудняющих их интеграцию в систему экономического знания, о чем уже говорилось выше. Однако главной причиной, затрудняющей выработку аксиоматики, адекватной этому методологическому принципу, является то, что современная экономическая наука далеко не «освоила» и потому не «интегрировала» в себя современные достижения иных общественных наук, прежде всего, наук о человеке, включающих и осмысление происходящих цивилизационных сдвигов.

Сегодня много говорят об экспансии экономистов в другие отрасли обществоведения, «экономическом империализме». Но сегодня важно противоположное движение – экспансия обществоведов (философов, культурологов, социо-психологов и т.д.) в экономическую науку. В противном случае экономическая наука рискует оказаться в тупике.



## Литература

Абалкин Л.И. Поиск пути в меняющемся мире//Л.И. Абалкин. Избран. труды: В 4-х тт. Т. IV. М.: ОАО «НПО «Экономика», 2000. С. 203, 214.

Абалкин Л.И. Смена тысячелетий и социальные альтернативы//Вопросы экономики. 2000. № 12. С. 27–28.

Ахиезер А.С. Россия: критика исторического опыта. (Социокультурная динамика России). Т. I. От прошлого к будущему. 2-е изд., перераб. и доп. Новосибирск: «Сибирский хронограф», 1997. С. 190, 753.

Ахиезер А.С., Давыдов А.П., Шуровский М.А., Яковенко И.Г., Яркова Е.Н. Большевизм – социокультурный феномен (Опыт исследования, 2) // Вопросы философии. 2002. № 5. С. 59.

Бутовской А. Опыт о народном богатстве или о началах политической экономии. Т. 1. СПб., 1847 г. С. XXX-XXXI).

Вебер М. Предварительные замечания//Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 44–56.

Витте С.Ю. По поводу национализма. Национальная экономика и Фридрих Лист. СПб. 1912. С. 65

Витте С.Ю. Принципы железнодорожных тарифов при перевозке грузов. Второе изд. Киев.1884г. С. 134, 138, 162

За рубежом. 1989. № 18. С.16.

Кокошин А.А. Политика национальной безопасности России в условиях глобализации. (Краткий очерк). ОКРОИ ИМЭМО РАН, 2001. С. 56.

Лукьянова Т.Н., Убиенных Т.Н., Эйдельман Я.Л. Экономическая реформа в России: культурные барьеры//Россия: трансформирующееся общество. С. 142.

Мюрдаль Г. Современные проблемы «Третьего мира» (Драма Азии. Исследование нищеты народов). Сокр. пер. с англ. М.: «Прогресс». 1972. С. 95.

НГ-дипкуррьер 02.03.00. № 4. С. 3.

Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997. С. 56.

Посошков И.Т. Книга о скудости и богатстве. М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2001. С. 36

Россия XXI век // Экономист. 2000. № 1. С. 4.

Сабуров Е. На марше... экономический империализм// Экономика и жизнь. 2005. № 13. С. 6

Самуэльсон П. Экономика. М.: МГП АЛГОН ВНИИСИ, 1992. С. 367.

Сегвари И. Семь расхожих тезисов о российских реформах: верны ли они? // Вопросы экономики. 1999. № 9. С. 50, 51, 52

Тойнби А. Дж. Постигание истории. М.: Прогресс, 1996. С. 13–15.

Трубецкой Е.Н. «Иное царство» и его искатели в русской народной сказке//Трубецкой Е. Н. Избранное. М.: Канон. 1995. С. 426–429.

Чернышевский Н.Г. Антропологический принцип в философии//Избр. философские соч. ОГИЗ. Государственное социально-экономическое издательство. М.: 1938. С. 115.

Ядов В.А. А все же умом Россию понять можно//Россия: трансформирующееся общество. Под ред. Ядова В.А. М.: Канон-Пресс-Ц, 2001. С. 12, 16.

Etzioni A. Moral Dimension. Toward a New Economics. New York> London: The Free Press, 1988, p. 63 (Цит. по: Олейник А. Дефицит Права//Вопросы экономики. 2002. № 4. С. 25).

## **NATIONAL CULTURE AND NATIONAL ECONOMIC BEHAVIOR**

**D.E. Sorokin**

*(Moscow, Russia)*

### **Abstract.**

*Social processes are described as influencing economic processes. Belonginess to certain civilization predicts personality traits and economic behavior. Neglect of national and civilizational characteristics of russian society caused particular russian type of economic behavior. Direct use of economic theories in not valid. The complexity of the russian economic mentality analysis is determined by historical differentiation of russian society. According to the author it is necessary to introduce findings from social science to economics.*

**Keywords.** *Economic behavior, national cultura, russian economic mentality.*

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ КАК ФУНДАМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

**О.С. Сухарев**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье рассматривается проблема развития экономической науки и место в этом развитии экономической психологии. Исследуются различные модели поведения агента: новаторов, консерваторов, исходные базовые принципы экономического анализа и их адекватность тем задачам, которые стоят перед экономической наукой. В частности, модель экономического человека, принцип «естественных прав», независимости потребителя и др. имеют иную трактовку с позиции наблюдаемых сегодня явлений в обществе. Автор анализирует значение психологических факторов на экономическое развитие, представимое набираемой скоростью институциональных изменений, исследует ограничения «мэйнстрима», институционализма и значение экономической психологии для проведения исследований в области общественных наук. Показывается близкая связь между исходными принципами институциональной теории и экономической психологии, исследовательскую программу которой можно использовать не только на микроэкономическом уровне анализа, но и применительно к разработке мероприятий экономической политики.*

**Ключевые слова:** экономическая психология, модели поведения агентов, риск, право собственности, дисфункция

*1. Проблемный этап развития экономической науки и место экономической психологии.*

На современном этапе экономическая наука как методологическая система представляет собой соревнование двух парадигм: неоклассической и институционально-эволюционной, отстаивающих различные взгляды на процесс социально-экономических изменений.

Современная экономическая наука оказывается в довольно сложном положении. Знание, которое она предоставляет, становится всё более фрагментированным, справедливым только на сравнительно небольшом историческом интервале. Релятивность экономической науки и её плюралистичность возрастают. Закономерности, установленные на изучении одних экономических систем, не подтверждаются на других, либо быстро утрачивают значение для рас-

смаатриваемой системы. Значимость и эффективность использования экономического знания снижаются, теории операционализируются, порождая острую потребность в новых теоретических обобщениях и интерпретациях.

Эти три фактора определяют замещение принципа единства теории принципом сосуществования конкурирующих концепций, что в итоге делает аппарат экономической науки эклектичным. Наука с большим трудом объясняет современные кризисы и совершенно не даёт возможности их точно прогнозировать. Многие ведущие экономисты говорят о наличии кризиса экономической науки, который не сводится уже к знаменитому «спору о методе», а состоит в невозможности объяснить современные явления и дать адекватные решения. Возникает «шарахание» от неоклассических методов регулирования к кейнсианским, в основном без понимания того, что стало с экономикой и её агентами, чем обусловлены данные эффекты.

Причина всех этих проблем, на мой взгляд, кроется в неадекватности неоклассических моделей экономической теории, в неспособности объяснять процессы реструктуризации хозяйства, поскольку экономической политики в них отводится роль экзогенного фактора, фирмы предстают в качестве однородных субъектов, стремящихся исключительно к максимизации прибыли, информация считается полностью доступной и практически бесплатной, а экономическая система стремящейся к равновесию. Психологические изменения не наблюдаемы. Считается, что и классические теории финансов и финансовых рынков, а также финансовая математика, описывающая риски, доходы, модели поведения и стратегии является неадекватной, потому показала неэффективность при мировом кризисе 2008–2010 гг. Дж. Акерлоф и Р. Шиллер в ответ предложили «новую макроэкономику», которая призвана включить фактор «доверие» в макроэкономические модели, но по сути это означает лишь коррекцию неоклассических моделей за счёт некоего психологического фактора. Трудность здесь состоит, как и в агрегации доверия на макроуровне, так и в том, то доверие на разных рынках представляет различные виды доверия. Единый подход здесь вряд ли возможен. К тому же для экономического анализа важна не столько поведенческая макроэкономика, основы которой ещё были сформулированы ранее в теориях адаптивных и рациональных ожиданий, а скорее «структурная» макроэкономика, которая определяет соотношение между элементами системы и их развитие, и пропор-

ции между группами релевантных агентов, реакции которых существенны на макроэкономическом уровне анализа.

Новые возможности экономической науки часто связывают с так называемой эволюционной экономикой. В институциональной и эволюционной теории используются два главных понятия: института и эволюции. Некоторые исследователи, например Д. Норт, Р. Коуз, О. Уильямсон, делают акцент на институциональную экономику, развивая традиции американского институционализма, Е. Андерсен, С. Уитт, Р. Нельсон, Дж. Силверберг – на эволюционную экономику, причём каждая группа исследователей считает, что их направление анализа позволяет достичь наиболее высокого уровня теоретического обобщения и вбирает в себя все остальные теории в виде частных случаев. Эволюционный подход начал набирать интеллектуальный вес примерно с середины 1980-х гг., когда были созданы первые эволюционные модели фирмы, приобретшие достаточную известность. В нём можно удачно применять анализ изменчивости психологических факторов и моделей поведения игроков и агентов для изучения закономерностей эволюции экономической системы. По существу изменение модели по ходу её математической реализации за счёт переключения одной стратегии поведения на другую – это и есть учёт психологического фактора в экономике, в эволюционном моделировании. По сути, такой подход составляет «микрооснову» макроэкономики, которую ищут многие исследования, начиная с «критики Лукаса», согласно которой макроэкономика не существует, а она на самом деле существует и никуда не исчезала – нужно лишь правильно использовать её в проводимом анализе.

Институционально-эволюционное направление экономического анализа вводит ряд принципов, без которых невозможно представить существо и эволюцию хозяйственных процессов и которые не учитываются в неоклассическом подходе и которые имеют изменяемую психологическую основу. Список этих важных положений можно обозначить следующим образом:

1. Методологическая основа:

- принцип неполноты информации;
- ограниченная рациональность;
- «экономический империализм»;
- отсутствие равновесия;
- холизм;
- индуктивный подход в анализе экономических явлений.

2. Установленные институционально-эволюционной теорией процессуальные эффекты и принципы:

- хреодный эффект, когда система или отдельные институты устойчиво развиваются по неэффективной траектории;
- принцип неоднородности, провозглашающий, что наиболее приспособлены те системы, которые состоят из неоднородных элементов, действующих по разным правилам;
- эффект гиперселекции, когда неконкурентоспособные фирмы вполне успешно развиваются, захватив определённую нишу рынка;
- эффект обучения, при котором происходит улучшение продуктов или уменьшение затрат на производство по мере их распространения на рынке;
- координации и культурной инерции;
- зависимость от прошлого развития (path dependens);
- эффект блокировки (lock in);
- эффект институциональной регрессии (дилемма Холмса-Мориарти);
- кумулятивный эффект и согласованность норм (внедряемой и существующей);
- принцип «lock in»;
- принцип дисфункции института.

Каждый аспект предполагает и включает широкий пласт психологических исследований.

В качестве основополагающих подходов к исследованию поставленного комплекса проблем, касающихся теоретических основ институционально-эволюционной теории и практических аспектов разработки реальных механизмов экономической политики, можно использовать следующий набор аналитических инструментов: методологический анализ теоретических доктрин; разработку критериев оценки передаточных механизмов экономической политики; разработку новой концепции государства и рынка, разработку подходов к оценке институционального качества экономической системы; анализ возможных вариантов развития экономики, форм государственного управления. Психологические факторы становятся определяющими при решении названных задач. Стереотипные подходы «мэйнстрима» в рамках гетеродоксальных программ стабилизации экономики, теория циклической динамики, обычно не принимают в рассмотрение факторы изменения психологии агентов и также крупные макроэкономические сдвиги в психологии.

Главным условием успешности развития экономики является выработка стратегической линии этого процесса, для чего необходимо правильное восприятие целей и инструментов экономической политики. Фискальная и денежная политика, как и любой иной вид экономической политики (доходов, заработной платы и др.) выступают лишь инструментами достижения целей развития. А сама цель диктуется общественной логикой, системой национальных и мировых общественных предпочтений, нравственных и религиозных императивов. Важнейшим условием применительно к экономической политике является то, что стратегическая цель должна быть потенциально достижимой за обозримый интервал времени, измеряемой и разделяемой большинством ныне живущих слоёв общества. В качестве такой наиболее общей цели может выступать некая агрегированная функция качества жизни, измеряемая известными социальными индикаторами. Задачей остаётся увязать подцели экономической политики, цели кратко и долгосрочные, политические инструменты с собственно стратегической (конечной для данного интервала) целью развития экономики. Кроме того, стратегическая цель должна обладать свойством незыблемости, т.е. должна оставаться стабильной – неизменной на выбранном отрезке времени. В противном случае мы получим ситуацию перманентно изменяемой по ходу движения стратегической цели, а в таком случае срабатывает «эффект потери стратегического приоритета», то есть такую цель становится трудно установить, а значит и следовать её достижению. Так происходит потеря стратегических ориентиров развития, что чревато и текущими провалами экономической политики, ибо, когда не знаешь куда поплывёшь – ни один ветер не будет попутным (высказывание Сенеки).

Идея макроэкономической стабилизации сводится к снижению темпа инфляции посредством инструментов кредитно-денежной и фискальной политики. Важно отметить, что при таком условии резко сжимаются возможности и структурного манёвра. В случае, если отрицается дирижистская модель управления структурными сдвигами – последние вообще становятся невозможными по определению и все разговоры об их необходимости становятся политической фразеологией. Нужно отметить, что дирижистская модель отнюдь не сводится к установлению отраслевых приоритетов, а выбирает направления социально-экономического развития, и она никоим образом не является символом исключительно индустриального об-

щества, поскольку и в постиндустриальном обществе требуется взвешивать альтернативы и выбирать приоритеты.

Программы стабилизации представляют собой политику правительства, направленную на поддержание текущей динамики цен, полной занятости и определённого темпа экономического роста. Цель политики стабилизации: при временном отклонении ВВП (других макропараметров) в сторону понижения, ликвидировать это состояние корректирующими воздействиями за интервал времени меньше того, который бы понадобился экономике в режиме саморазвития. Эта политика не имеет целью влиять на причины отклонения ВВП – изменить соотношение новаторов, консерваторов и безработных в экономике, а стремится внешними воздействиями на спрос и предложение изменить динамику ВВП. Интересно отметить, что в случае равенства спроса предложению, а равновесие является базисной концепцией (моделью) в построениях многих ортодоксальных экономистов (представителей так называемой либеральной школы в экономике), недобровольная безработица никогда не может появиться.

Неолиберальным представлениям на экономическое развитие и макроэкономическую политику противостоят взгляды эволюционных экономистов, которые не сводят цели политики к балансированию бюджета, накоплению резервов и умиротворению инвесторов, считая названные инструменты лишь вспомогательными «рычагами» управления хозяйственной системой по обеспечению её движения к установленным стратегическим целям.

Теория стабилизации экономики предлагает нормативные методы управления процессом колебаний уровня экономической активности, согласно которым требуется минимизировать отклонения важнейших экономических параметров от установленных нормативов, используя при этом подходящий политико-экономический инструментарий. Согласно классическим положениям теории экономической политики в качестве цели последней может выступать функция благосостояния (или социальных потерь). Исходя из параметров этой функции, могут быть точно определены стратегия и тактика управления на макроуровне экономики, т.е. указаны конкретные решения, позволяющие оптимизировать названные функции. При этом число инструментов экономической политики не должно быть меньше числа целей – только в этом случае возможно эффективное управление.



Под целями понимаются определённые количественные показатели, на достижение которых должна быть направлена экономическая политика, причём инструменты политики требуется включить в функцию, подлежащую оптимизации – иначе не будут учтены издержки использования самих инструментов, что резко затруднит определение целесообразности их применения на различных этапах развития экономики.

Однако у данного подхода существует серьёзный недостаток: количественные показатели (цели) сильно зависимы от экономического инструментария и самих политических решений. Поэтому ориентируясь на такие цели довольно трудно дать верную оценку модели экономической политики.

Другой подход, известный как «критика Лукаса», утверждает, что роль правительства деструктивна по причине наличия рациональных ожиданий. Таким образом, провозглашается невозможность достичь каких-либо экономических целей политическими средствами, так как реакции агентов, предугадывающих направления воздействий, нейтрализуют мероприятия политики. Из этого следует, что теряется всякий смысл не только функции общественного благосостояния или функции социальных потерь, но вообще целевого управления на макроэкономическом уровне.

Задача минимизации функции социальных потерь решается путём нахождения необходимой (в соответствии с целевыми установками) пропорции между её параметрами. Но и в этом случае область возможных решений лежит в рамках четырёх ставших классическими инструментов политики: фискальной, денежно-кредитной, регулирования валютного курса и доходов, – которые оказываются необходимыми, но недостаточными при проведении политики социальных и институциональных реформ. Причина этой необходимости состоит в том, что в управлении экономикой всё-таки распространены балансовые схемы, используемые при принятии политических решений, а недостаточности – в том, что в конечном итоге всё сводится опять к «старой» схеме – поощрения совокупного спроса и/или предложения. Через эти параметры достигается изменение величины безработицы и инфляции и минимизируется функция социальных потерь.

Нужно отметить, что ожидания так же зависимы от инструментов, как и количественные показатели – цели. Ввод в теорию экономической политики ожиданий – является, конечно, важным добавле-

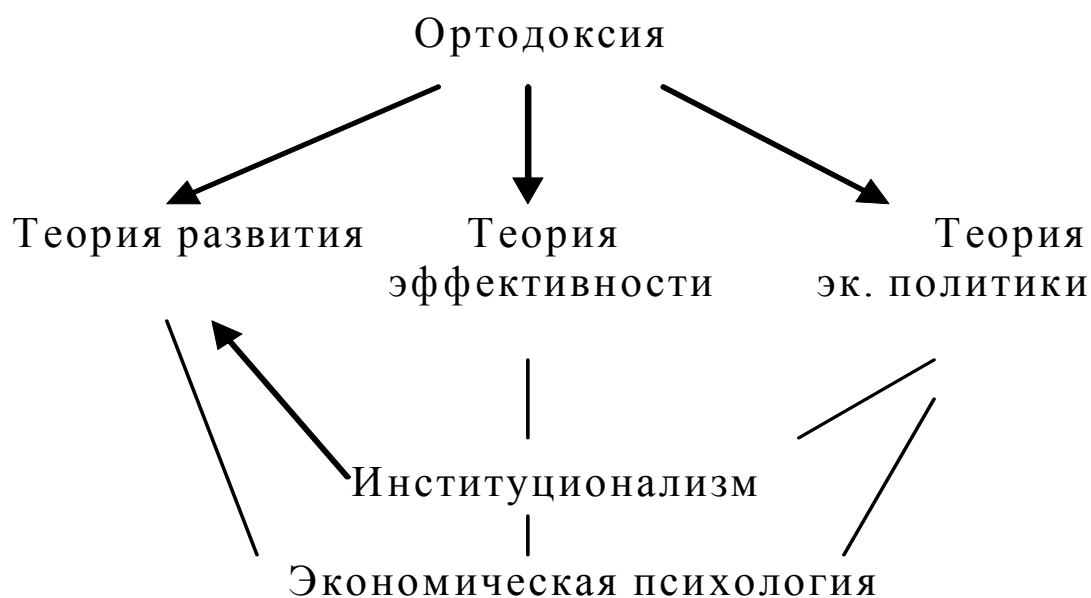
нием, однако этот подход строится на равновесных представлениях о функционировании экономики, на гипотезе естественного уровня безработицы. Именно поэтому преимущества модели «рациональных ожиданий» перед моделью «целей и инструментов» экономической политики – весьма призрачны, в том числе и по причине того, что в модели рациональных ожиданий присутствуют эффекты инерции.

Доверие, честность, иррациональные мотивы поведения, завышенный оптимизм – всё это влияет на формирование ожиданий и определяет реакции экономических агентов. Сильное влияние экономической психологии наблюдается в управлении, при подготовке и принятии управленческих решений. Эти предметные области, а именно оппортунизм, риск, принятие решений, формирование реакций, включая и финансовые рынки – составляют суть предмета экономической психологии. Именно названные ракурсы различных проблем сближают её с институциональным анализом. Тема взаимодействия агентов и институтов, проблемы институционального планирования, проектирования, заимствования, трансплантации институтов и их дисфункции, потери качества требуемого разнообразия и эффективности – лежат также в плоскости задач экономической психологии и институционализма. Движение по указанным направлениям исследования закономерностей общественного развития позволит сформировать эффективные институты и управлять общественной системой на основе императивов справедливости и учёта реакций социальных агентов.

Перспективы развития институциональной теории и экономической психологии связаны с исследованием таких проблем, как экономическая социализация (освоение детьми и подростками норм и правил экономического поведения, диктуемых новыми условиями жизни), экономическое самоопределение (поиск человеком своего места и своей позиции в системе экономических отношений), этнокультурные и региональные особенности экономического сознания и поведения различных групп российского населения. Развитие экономической психологии порождает острую потребность во взаимодействии психологии и экономики, необходимом для более успешного использования экономико-психологических методов в различных сферах экономической жизни. На теоретическом уровне это взаимодействие связано с определением предмета, объекта и методов экономической психологии для изучения закономерностей экономического поведения. На практическом уровне взаимодействие

институциональной теории и экономической психологии связано с активным становлением практической экономической психологии как сферы деятельности, связанной с оказанием помощи при решении проблем, возникающих у экономических субъектов: отдельных индивидов, социальных групп и организаций. В сфере экономики круг таких проблем чрезвычайно широк: от индивидуального консультирования представителей различных социальных групп (менеджеров, предпринимателей, безработных, потребителей, вкладчиков, налогоплательщиков, и т.д.) до выработки государственной экономической политики с учетом практических рекомендаций экономико-психологических исследований.

Обобщая, следует отметить, что ортодоксия добилась весьма приемлемых результатов по трём значимым направлениям экономической науки: теории развития, эффективности, экономической политики (передаточного механизма). Институционализм, в смысле своей эволюционной составляющей, достиг весомых результатов в области теории развития, чего абсолютно не скажешь о теории эффективности и экономической политики. А вот экономическая психология совершенно не даёт пока однозначных результатов по указанным направлениям. Можно сказать, что она предназначена для того, чтобы обеспечивать исследования микроэкономического уровня, то есть объяснять поведение агентов, но, в таком случае, агрегация их реакций вполне допустима в рамках анализа и представима на уровне макроэкономики. Конечно, схема на рис 1 во многом условна, поскольку экономическая психология скорее так и нужно представлять эту научную дисциплину, пронизывает различные направления экономического анализа, составляя его основу. Функции полезности, изменение предпочтений и вкусов, спроса, изменения производства предполагают исходные допущения – предпосылки, которые обеспечены психологическим анализом. Когда проектируется функция Кобба-Дугласа, в которую не входит, например, фактор «земля» и ранее не входил фактор «технологии», то важным становится учёт названных изменений, какие факторы появляются, как изменяются предпочтения. Институциональный анализ – правил, норм и их взаимодействия с агентами вообще не мыслим без применения аппарат психологии. Ведущие институционалисты всегда являлись великолепными психологами и изучали работы крупных психологов, поскольку психологические факторы являлись важными при рассмотрении вопросов развития.



*Рис. 1. Ортодоксия, институционализм (эволюционная теория) и экономическая психология*

Психология существенно обеспечивает эффективность управления экономическими системами. Рационалистическое, поведенческое направления, системный, ситуационный подход, интегративный подход «организационной культуры» – эти этапы в развитии управления эволюционировали вместе с хозяйственной организацией: от менеджерального типа к организации «переплетенного директората» и «ресурсной зависимости», основанной на новых теориях финансового капитала и, наконец, «постмодернистской организации». Именно психолого-культурные факторы становятся барьером при прямом перенесении технологий или институтов из одной страны в другую. Такое перенесение было бы методологически неверным шагом. Т. Шеридан, Т. Вамос и У. Аид (Sheridan, Vamos, Aida, 1983) отмечают, что положительный опыт реализации любых новых технологий (это справедливо не только для техники) в каком-либо государстве не может быть механически перенесен в другие страны, так как чтобы внедрение было успешным, необходима интеграция новой технологии с культурой, постановка комплексных социальных задач, ради решения которых она внедряется. Эта концепция получила название «экотехнология» и охватывает три области соприкосновения предпринимательства и культуры: техника и технология; экономика, политика и типы поведения людей; идеология и общественная психология – язык, мифология, религия, литература, искусство и т.д.

«Интуитивно очевидные «решения» социальных проблем имеют тенденцию заводить в одну или несколько ловушек, обусловленных характером сложных систем. Прежде всего, попытка отреагировать на часть симптомов может только создать новую форму поведения системы, также ведущую к неприятным последствиям. Во-вторых, попытка добиться кратковременного улучшения может привести к трудностям в долговременном плане. В-третьих, локальные цели для части системы нередко находятся в противоречии с интересами системы в целом. В-четвертых, часто пытаются воздействовать на систему в тех ее частях, где она малочувствительна к такому воздействию и где усилия и деньги тратятся с малым эффектом» (Форрестер, 1978). Чтобы уменьшить количество попаданий в подобные ловушки необходимо владеть инструментами не только качественного, но и количественного анализа и принимать решения на основе собранной и обработанной на компьютере информации. Сам Дж. Форрестер вместе со своей группой из МТИ разработал модель структурной динамики экономики США и успешно использовал для определения тенденций ее развития. Экономическая наука – это наука количественная. Она изучает то, как общества используют ограниченные ресурсы для производства товаров и услуг, распределяют их между различными группами людей. Предмет изучения обладает высоким уровнем сложности, с развитием общества разнообразие его как системы растет. Поэтому выход один – аппарат упрощения, то есть применение экономико-математического моделирования реальных процессов. В этом направлении экономическая наука на пути своего развития прошла три этапа: от законов стоимости, в которых как будто ничего нельзя было изменить, до маржиналистской революции и введения дифференциального анализа австрийской школой, третий – современный этап компьютерного моделирования в прикладной экономике и в фундаментальных экономических исследованиях, а также использования этих моделей в учебных целях. Настоящая «компьютерная революция», происходящая на базе передовых электронных технологий, явилась генератором оживления мировой экономики и заложила основы построения сообщества человек – компьютерная система связи. Такие изменения отражаются не только на технологии, производстве, но и трансформируют человеческие потребности, мотивацию, характер труда и нагрузки, увеличивают стоимость социальных ресурсов. Увеличивается значение информационных

обучающих систем для организации процесса непрерывного обучения, время становится очень дорогим ресурсом. Мыслительные способности смещаются к более высокому содержательному уровню: от данных – объективных фактов, к информации – данным, понятым обучающимся, и к знанию – результатам рассуждений и действий, то есть способствует формированию более упорядоченного и объемного тезауруса. Подобные изменения создают новый образ жизни и несут с собой ряд негативных моментов: когнитивный диссонанс и проблему его разрешения, психические отклонения, стрессы, «мотивационные сдвиги». Например, как установил Г. Салвенди (Salvandy, 1978), высокие уровни мотивации приводят к умственной перегрузке и снижению производительности труда. Для каждого задания и каждого человека существует оптимальный уровень мотивации, дающий максимальную производительность труда. Таким образом, изменяющаяся реальность требует изменения методологии познания экономических явлений с явным усилением междисциплинарности исследований («экономический империализм») и прикладным использованием полевых испытаний (экспериментальная экономика), организуемых психологами и корректирующим исходные посылки экономического анализа и его инструменты.

## *2. Психологические факторы экономического развития.*

Представляется чрезвычайно важным в научном смысле предпринять попытку теоретического осмысления процессов современного экономического роста и развития, исходя из обобщения институциональных проблем развития хозяйственных систем. Ещё Роберт Солоу утверждал, что совершенная теория экономического роста будет создана лишь тогда, когда ей удастся учесть институциональные факторы роста. При этом возникает следующая проблема. Институты сами являются своеобразным продуктом, который производится и с созданием которого экономика несёт определённые издержки. Следовательно, можно говорить о процессе воспроизводства основных правил поведения в хозяйственной системе, норм, функций, определяющих условия экономического роста. Поэтому становится актуальным дать системно-институциональный взгляд на проблему экономического роста, представив институты как элемент воспроизводственной системы. Важным свойством современного хозяйства является то, что рост может происходить при каком-то наличии устойчивых неэффе-

тивных норм (институтов), то есть при определённой степени дисфункциональности системы.

Любая хозяйственная подсистема, организация (институт) представляют по сути дела сформированную обществом некую совокупность правил, определяющих настройку работы всего хозяйственного механизма, порядок действий экономических агентов. К таким правилам могут относиться и полученные экономической и управленческой теориями инструменты и модели, в соответствии с которыми осуществляется принятие решений на различных уровнях управления экономикой. Примером являются правила ценообразования, налогообложения, определения амортизационных отчислений, льготного кредитования, антимонопольного регулирования, правила разработки и осуществления макроэкономической политики и др.

Хозяйственная система (институт) создаётся благодаря тому, что у людей существует (возникает) потребность в ней. Точнее, в том наборе функций (полезностей), которые конкретная система (организация) реализует. Следовательно, у каждой подсистемы, организации, института имеется своё функциональное назначение и поле приложения усилий – компетенции. Если агенты, создавая систему для удовлетворения определённых потребностей, снабжают её изначально 11 функциями, а с течением некоторого времени работы системы оказывается, что она исполняет всего 7, да и то не в полном объёме, т.е. с низким потенциалом качества, тогда мы вправе говорить о проблеме дисфункциональности данной хозяйственной системы (института).

Таким образом, можно ввести некоторые группы параметров, характеризующих состояние и динамику любой системы как институционального продукта – совокупности правил, устойчиво функционирующих в результате процесса их институционализации. В этом случае институт (система) характеризуется следующим набором основных параметров:

- 1) целью существования (назначение данных правил);
- 2) областью приложения усилий (поле деятельности или реализуемой потребности в функциональном наборе этой системы);
- 3) функциональным наполнением;
- 4) периодом времени до изменения (в том числе функционального набора);
- 5) издержками функционирования;

6) степенью отторжения или принятия вводимой нормы (функции);

7) устойчивостью к мутации (мера устойчивости системы/института к её/его преобразованию в какую-либо иную форму).

Изменение одного из семи параметров функционирующего института применительно к экономической системе в целом может иметь серьёзные последствия в отношении устойчивости функционирования системы, её качества и полезности для экономики, то есть агентов. В институциональной экономике известно, что неэффективная норма может прекрасно функционировать. Наличие таких норм говорит о той или иной степени дисфункциональности экономической системы, а наличие неэффективных устойчивых норм – о потере «функционального», «целевого» качества системы. Эти процессы могут возникать независимо друг от друга или одновременно.

Введение новых институтов или пролонгация действия старых, взаимодействующих с новыми, часто усиливает негативное воздействие на экономику. Но дисфункция института возникает отнюдь не в ходе его трансплантации в другую социальную среду, что является частным случаем, одним из эпизодов дисфункции как имманентного свойства, являющегося отражением её жизненного цикла и изменяющихся потребностей в управлении и управляющих воздействиях. Кроме того, рост изобилия, организационное совершенствование и усложнение экономической системы могут снижать эффективность механизмов контроля. Существует множество примеров потери этой функции и вытекающей дисфункциональности хозяйственной системы, которая может привести её в точку бифуркации с последующим развитием катастрофы и гибелью системы. Следовательно, в управленческом смысле, для хозяйственной системы актуальна проблема оптимизации числа функций и поддержания их в должном состоянии, то есть предотвращения дисфункций.

Под системной (макроэкономической) дисфункцией будем понимать такое неравновесное динамическое состояние хозяйственной системы, при котором все основные параметры институциональных установлений этой системы испытывают потерю качества. Такая дисфункция является редким результатом институциональной динамики системы, когда снижающаяся функциональная эффективность правил поведения и функций самоусиливается, так что замена одного или нескольких правил (функций) ничего не приводит к повышению эффективности экономической системы.



Адаптивная эффективность, в отличие от аллокативной эффективности, представляет собой эффективность действия правил, задающих развитие экономической системы во времени.

Если в верхней точке адаптивной эффективности, в соответствии с нашей концепцией, цель существования института обозначена и долгосрочна, взаимосвязана с другими целями, область приложения – стабильна; функциональное наполнение – высокое при строго определённом наборе функций, срок до изменения нормы – значительный, издержки действия приемлемые и относительно невысокие, степень отторжения низкая, устойчивость к случайному изменению (мутации) высокая, то для системной (макроэкономической) дисфункции или нижней точки адаптивной эффективности все перечисленные параметры имеют прямо противоположное значение.

Фактически она характеризует способность к обучению, к поощрению инноваций и противодействию рискам, готовность к решению возникающих проблем, мешающих развитию. Однако, на наш взгляд, её достижение возможно только с определённого уровня в области аллокативной эффективности, то есть, пока неэффективно используются факторы производства, говорить о повышении адаптивной эффективности не совсем уместно, хотя нужно понять, что установленные правила и работающие социальные установки в значительной мере определяют возможности аллокации и её эффективность.

При возникновении ситуации системной дисфункции требуются кардинальные изменения в правовом поле экономических взаимодействий, восстановление качественного потенциала и числа функций с целью нахождения принципиально новой комбинации хозяйственного и правового порядков в рамках данной системы, а также разработки адекватных мероприятий экономической политики.

Для того, чтобы реализовать какую-либо цель, исполнить некоторую функцию, сохранить область действия экономической системы/института – требуются денежные ресурсы. Причём необходимый их объём и эффективность использования зависят от потребности в деньгах и трансформационных возможностей конкретной системы/института или экономического агента. Эти возможности охватываются монетарным диапазоном, причём опускание ниже определённого порога говорит о возникновении дисфункции (некотором потере качества), а ниже нижней границы – о возникновении сис-

темной дисфункции хозяйственной системы/института, что сопровождается появлением девиантных форм и оппортунистического поведения по О.Уильямсону (Уильямсон, 1996). Кстати, не для всех систем (институциональных) достижение верхней границы диапазона, после чего возрастает необходимость в дополнительных правилах, является благом. Такое развитие может сопровождаться усилением инфляции, что изменяет мотивы поведения агентов, их реакции, увеличивает расстройство в функциональном потенциале экономики.

Развитие экономических систем предполагает не только изменение параметров и пропорций этих систем. Важным параметром развития выступает изменение статуса агентов, обеспечивающих развитие, либо выступающих в качестве определяющего фактора развития. В частности, эволюционная экономика представляет развитие как процесс динамических изменений под воздействием числа новаторов, имеющих в экономической системе. Но ведь само это число также изменяется, как и склонности к инновационной деятельности. Более того, в экономике помимо новаторов имеются и другие агенты, например, консерваторы, и за счёт их деятельности вполне может быть обеспечен экономический рост.

В фазе наступившего кризиса активность «консерваторов» уже снижена и по этой причине не ясно – насколько значительна величина запаса на дальнейшее сокращение хозяйственных цепочек «консерваторов» при появлении «новаторов». Полагать, что замедление роста и/или спад происходят только по вине «консерваторов» – это значит не учитывать роли «новаторов» в развёртывании данного процесса, которая может быть довольно велика. Очевидно, что без рассмотрения закономерностей превращений в системе «консерватор-новатор» трудно дать убедительные объяснения циклической динамики. Но ведь переключение модели поведения с новаторской на консервативную – это по существу изменение психологии, и только затем изменение модели действий.

Экономика в том случае высоко адаптивна, когда она обеспечивает низкие издержки замещения различных решений, субъектов, организационных форм, так как при этом становится легко исправить ошибку или заменить неэффективную норму, мешающую системе развиваться. Для неё может быть одинаково опасным как избыточное число консерваторов, препятствующих внедрению новых качеств и экономических функций и ввергающих экономику в

состояние «спячки», так и избыточное число новаторов, которые могут предъявить избыточный спрос на нерасполагаемый экономикой объём (возможностей) инвестиционных ресурсов, что завершится внезапным кризисом и потерей позитивных ожиданий развития – психологическим шоком.

Нужно заметить, что ортодоксальные экономические теории и предлагаемые на их основе рецепты экономической политики – нечувствительны к социальному явлению рождения агента-новатора. Иными словами, отсутствует механизм управления процессом появления новаторов.

Процесс эволюции представляется в виде появления новаторов, которые вытесняют консерваторов с поля экономических взаимодействий и рыночных ниш и занимают освободившиеся пространства сами. Посредством адаптации к новой реальности (системе правил) происходит, в силу привыкания, постепенное превращение новаторов в консерваторов. Однако, наблюдаемо и обратное превращение консерваторов в новаторов, либо старый новатор приобретает новые вид, становится «новым» новатором, расширяя свои возможности по созданию новых комбинаций и средств производства в экономике. Здесь очень важно учесть три разновидности выбытия «консерваторов»: вследствие «естественного» старения и смерти, в процессе конкуренции с другими «консерваторами» и «новаторами». Кроме того, «новатор» то же может потерпеть поражение из-за большей активности других «новаторов».

На этом этапе экономической эволюции становится важным одно обстоятельство: каким образом на дальнейшее появление новаторов влияет система институтов, созданных предыдущим поколением агентов-новаторов. Если институты, созданные поколением новаторов числом  $n_1$ , приводят к появлению числа новаторов  $n_2 < n_1$ , то возникает вопрос, что будет происходить на следующем шаге эволюции. Либо число новаторов в экономике ещё уменьшится  $n_3 < n_2 < n_1$ , поскольку новаторам  $n_2$  не удастся улучшить систему институтов, стимулирующих появление новаторов и выбытие консерваторов, сохраняющих приемлемую пропорцию между группами данных экономическими агентами, либо это число возрастет (или не уменьшится), так как новаторам группы  $n_2$  удастся модифицировать созданные на предыдущем интервале правила. Всё зависит от того, имелось ли в нулевой точке избыточное число новаторов или ощущался их явный недостаток. Однако можно утверждать, что для

конкретной экономической системы на определённом отрезке эволюции существует оптимальное соотношение между новаторами и консерваторами, хотя численность этих хозяйствующих групп является динамическим параметром, постоянно изменяемым. Существует довольно серьёзная научная проблема критерия, в соответствии с которым необходимо определять размер каждой из групп агентов. Вместе с тем, следует говорить о наличии верхней границы – максимально возможного числа новаторов, которых может вынести экономика без каких-либо осложнений в её развитии, а также нижней границы – максимально возможного числа консерваторов, когда появление дополнительного количества новаторов становится затруднительным, происходит фиксация status quo экономической системы, а её инновационный потенциал восстановить становится весьма проблематично, по крайней мере, без специальных мер экономической политики.

Новация реализуема только тогда, когда она авансирована – обеспечена в должной мере кредитом. Однако важен не только приток денег к «новаторам», но и их отток (подобно вводу и выбытию производственных фондов) – последующий оборот, так как эта денежная масса может быть использована для пролонгации хозяйственной активности неэффективных агентов или для срабатывания эффекта блокировки (lock in), что означает фиксацию неэффективной системы правил, которая продолжит «успешно» функционировать.

Поэтому экономическая политика обязана исходить не из формальной денежно-кредитной поддержки «новаторов», а должна решать проблему управления экономическим развитием целесообразными инструментами: поощрять инновационную деятельность в экономике, облегчать процесс превращения «консерваторов» в «новаторов», регулировать соотношение числа представителей названных двух групп агентов, монетарно обеспечивать работу «новаторов» и, что особенно важно – «консерваторов» – при различных состояниях экономической конъюнктуры.

И «новаторы», и «консерваторы» выполняют в хозяйстве позитивную функцию. Наличие консерваторов помогает идентифицировать «новацию», правильно организовать работу институтов оценки. Кроме того, они обеспечивают насыщение сложившихся социальных стандартов до того момента, пока под влиянием «новаторов» не начнёт происходить переориентация на новые стандарты, которые

постепенно становятся наиболее привлекательными. Важно лишь, чтобы соотношение числа «новаторов» и «консерваторов» было оптимальным, чтобы не возникало неоправданных преимуществ одной из групп и, как следствие, чрезмерного увеличения числа её представителей.

Значительные преимущества в экономике для «консерваторов», также как и преобладание «новаторов» в условиях, когда ощущается острая нехватка ресурсов, необходимых для раскрытия их потенциала – могут быть губительными для развития хозяйственной системы, приводить её к кризису или существенно занижать темпы роста и уровень социального развития. Количественное определение указанной пропорции является довольно сложной научной проблемой, как и выстраивание экономической политики, воздействующей и изменяющей это соотношение в ту или другую сторону.

Если нормативно принять приоритетность «новаторов» в дихотомии «новаторы-консерваторы», а видимо, против этого тезиса трудно возразить, поскольку «новаторы» выступают генератором экономического прогресса, то экономическая политика должна строиться таким образом, чтобы обеспечить не только появление новых «новаторов», т.е. создавать стимулы для инноваций, но и поощрять, оказывать всяческую поддержку данной модели поведения. Иными словами, нужно облегчать «психологические» издержки создания новых комбинаций в экономике.

«Новаторы», как правило, демонстрируют достаточно высокую адаптивную эффективность благодаря имманентной лёгкости в преодолении возникающих дисфункций. Если бы это было не так, то инновации были бы просто невозможны. В экономике с преобладающим числом дисфункций это наиболее отчётливо видно – даже при имеющихся новых идеях, которые в современном мире особенно дефицитны, их практическая реализация крайне затруднена, если вообще осуществима.

Но, создавая новые комбинации, новаторы могут увеличивать дисфункциональность системы, понимая на какой-то период времени её эффективность. Если последующая эволюция не нивелирует эти дисфункции, а, например, только закрепляет их, увеличивая масштаб, то совершенно не является фактом, что дальнейшее развитие экономической системы пойдёт по траектории повышения её конкурентоспособности и устойчивого долгосрочного роста, обеспечивающего наивысший социальный стандарт.

Здесь возникает наиболее важная с позиций психологии проблема неопределённости и рисков хозяйственной деятельности, а также моделей поведения. Неопределённость возникает в силу того, что индивиды не могут заглянуть в будущее, и не располагают методами оценки будущих изменений, а также потому, информация неоднородна и асимметрична. Поэтому неопределённость является главным условием принятия любых решений и экономического поведения агентов. Различается только уровень неопределённости в каждой отдельной ситуации. Чем выше неопределённость, тем сложнее принять верное решение, тем выше альтернативные издержки, тем выше вероятность вообще отказаться от принятия решения или совершения действия агентами. Именно отсутствие полной ясности по экономической ситуации приводит агентов к тому, что им приходится рисковать. Возникает понятие риска, которое трактуется в экономической науке по-разному. Как минимум можно выделить три следующих подхода.

Во-первых, риск – это вероятность совершения неблагоприятного события, причём с точки зрения экономики под неблагоприятным событием обычно понимается событие, влекущее за собой издержки, то есть потери.

Во-вторых, риск в экономике измеряется величиной возможных потерь, либо величиной вероятности неполучения ожидаемого дохода.

В-третьих, часто под риском понимается вообще отклонение от заданного норматива в экономике при совершении какого-либо события или действия, то есть вероятность получения результата, который отличается от ожидаемого или нормативно установленного.

В психологии используются все три определения. Конечно, выделяют множество различных видов риска. Однако, если агент демонстрирует рискованную модель поведения – это значит он соглашается с высокой вероятностью потерь и совершает действия, который связаны с этой высокой вероятностью несмотря ни на что. Риск определяется как произведение вероятности неблагоприятного события на величину потерь в денежном выражении в результате этого неблагоприятного события. Либо вероятность умножается на величину последствий события или, частота нежелательных событий умножается на число объектов риска. Человеческое восприятие риска создаёт понятие эффективного или психологического риска. Сложные модели определения математического ожидания

функции потерь образуют представления о так называемом теоретическом риске. Ясность существует по поводу того, что проблема риска имеет в экономической науке массу интерпретаций и представлений, но эти подходы не позволяют решить главное – дать точную картину изменения риска и моделей поведения агентов в зависимости от этого изменения. Так, насколько рискованно заниматься инновационной деятельностью, либо работать на стереотипном рынке. Иными словами, какая модель наиболее рискованна – новаторская или консервативная? Обычно имеется и ответ: поскольку новые комбинации характеризуются большей величиной неопределённости, то и риск этой деятельности обычно выше. Как тогда управлять различными видами риска? Если управление предполагает воздействие на риск, то это означает, что необходимо воздействовать на вероятность неблагоприятного события. В таком случае нужно иметь список возможных событий и вероятностей того, что они произойдёт. Управление будет означать возможность снижения вероятностей по группе событий. На практике такой результат представляется умозрительным и мало правдоподобным. Пока исследователь измерит риски, то есть вероятности событий и составит группу событий, она изменяется, и вероятности также будут уже иными. Это становится весомым аргументом в пользу того, что управлять риском – это, по сути, управлять будущим. В стохастической системе рынков, при сниженном потенциале применения методов планирования такой результат не является достижимым ни научными, ни практическими методами. Планирование позволяет упорядочить события, в том числе ожидаемые и психологически подготовиться к ним. Это существенным образом способно понизить риски и выступить своеобразным методом их страхования. Иные методы в экономике рынков, а также организационно-финансовые структуры, как страховые компании, не являются действенным инструментарием по управлению рисками, оказывая лишь эффект сглаживания и постфактум компенсации, когда неблагоприятные события уже произошли.

### *3. Психологические аттитюды хозяйственного поведения в экономической политике.*

Развитие экономической науки в XX и в начале XXI века обнаруживает интересную закономерность, согласно которой одни школы и течения утрачивают своё влияние на правительство и экономи-

ческую политику, другие, наоборот, усиливают это влияние. Если в первой трети двадцатого века в этой части были сильны позиции неоклассики – основного течения «мэйнстрима», а также всё увеличивающийся вес набирал институционализм вплоть до 1940-х гг., то уже с 1940-х и по начало 1970-х значительным влиянием пользовалось кейнсианство и его разновидности. Однако, 1970-е гг., а затем и 1980–1990-е гг. были ознаменованы реанимацией «мэйнстрима» в связи с резким усилением позиций монетаристской школы и экономики предложения. В период мирового финансового кризиса 2008–2010 гг. на первое место вышли опять кейнсианские рецепты регулирования экономики, которые многими экономистами воспринимаются как способы спасения мировой финансовой и экономической системы. В чём же состоят причины смены психологических установок действующих правительств? Конечно, проблема не может сводиться только к психологическим факторам, поскольку изменяется со временем сама экономическая система, появляются новые технологии, изменяются агенты и их реакции на изменения, стилистика самих изменений становится иной. Накопленные противоречия в силу эффекта «кумулятивной причинности», новая реальность не объясняются уже прежними теоретическими подходами, и реакцией на кризисное состояние становится поиск новых рецептов экономического развития. На различных этапах исторического развития национальных экономик, те или иные теоретические доктрины создавали основу проводимой правительственной политики. Кейнсианство предложило политику экономической экспансии в условиях депрессии, монетаризм – политику рестрикций и активного денежно-кредитного регулирования, направленного на сдерживание инфляционных ожиданий, «экономика предложения» – пропагандирующая снижение налогов на прибыль корпораций и личные доходы, сокращение государственных расходов на социальные нужды, – необходимость активизации трудовых усилий и увеличения сбережений. Институционалисты до сих пор не имеют правительственных экономических программ, за исключением программ реформирования последнего времени, которые далеки от успешных завершений, что, безусловно, накладывает негативный отпечаток на их теоретические достижения и требует конкретизации, как рекомендаций, так и направлений исследования в рамках данной экономической школы. Однако, такая ситуация объяснима операциональной сущностью институционального анализа и его микроаналитической ориентацией.



В 1990 гг. сформировалась новая система взглядов на то, как осуществлять экономическую политику. Причем эта новая система стала вбирать в себя международные ограничения на проведение внутринациональной экономической политики. С одной стороны потребность в такой политике была обусловлена транзитивными процессами в развивающихся странах (например, в странах Латинской Америки). С другой стороны, главная идея «вашингтонского консенсуса» сводилась к тому, чтобы убедить администрацию Президента США оказывать финансовую и иную помощь транзитивным экономическим системам стран Латинской Америки. С другой стороны, именно эти принципы были взяты для осуществления экономической политики реформации для постсоветских стран. Если у первых транзитивность состояла в проведении экономических реформ при наличии основных капиталистических институтов, то у вторых, транзитивность состояла в смене основных хозяйственных институтов, т.е. трансформации экономики от централизованного типа управления к децентрализованному. Безусловно, такое изменение в психологическом плане является болезненным и слабо предсказуемым по результату, поскольку мировая история не имела и не видела опыта аналогичного масштабного эксперимента. Обоснование «вашингтонскому консенсусу» впервые дал Дж. Вильямсон в 1989 г. в докладе «Что Вашингтон подразумевает под политикой реформ?». Этот доклад прозвучал на конференции по реформам Латинских стран и содержал 10 рекомендаций, которым, должны следовать члены конгресса США, эксперты американского правительства всемирного банка и МВФ, а также специалисты по реформам в странах Латинской Америки.

К ним обычно относят следующие положения:

Изначально «вашингтонский консенсус» был ориентирован на решение проблем стран Латинской Америки, но затем экстраполирован как метод противодействия трансформационному кризису в постсоциалистических странах. Как видно уже это обстоятельство является серьёзным методологическим ограничением в адекватности применения этой системы мер, например, для России.

«Вашингтонский консенсус» включал всего 10 положений, которые являлись обязательными принципами проведения политики правительственными органами, финансовыми организациями:

– финансовая дисциплина – дефицит бюджета должен покрываться без инфляционного налога;

- приоритет общественных расходов – только в сферах с высокой экономической отдачей;
- налоговая реформа – за счёт расширения налогооблагаемой базы и снижения предельных налоговых ставок;
- финансовая либерализация – рыночно ориентированные процентные ставки;
- валютный курс – на уровне конкурентоспособности достаточном для того, чтобы обеспечить рост экспорта нетрадиционных товаров;
- либерализация торговли – за счёт замены количественных ограничений пошлинами в определённом приемлемом диапазоне;
- прямые иностранные инвестиции
- приватизация – государственные предприятия должны быть приватизированы как можно в большем объеме;
- дерегулирование – устранение ограничений, сдерживающих конкуренцию;
- права собственности – преобладание права частной собственности и законодательное обеспечение защиты этого права.

Судебная система должна обеспечить эффективную защиту прав собственности. Приоритет института права собственности над прочими социальными институтами. Право владеть приносит больший доход при прочих равных, нежели право «не владеть», хотя право «не владеть», например, заниматься фундаментальной наукой, служить государству, не располагая крупной собственностью – нисколько не хуже, чем право владеть. В обществе возникает явная иерархия институтов и прав, с преобладанием права частной собственности. Это явление является неотъемлемой характеристической чертой капитализма, его первоосновой. Именно это свойство капитализма обеспечивает знаменитый закон развития капитализма, сформулированный классиками марксизма: противоречие между общественным характером труда и частно-капиталистической формой присвоения. В основе этого закона фактически лежит иерархия базовых институтов, отвечающих за распределение прав между агентами экономики.

Как видим, данная система рекомендаций по своему содержанию исходит из наличия рыночных институтов и обращена к развивающимся странам. Совершенно не факт, что эти рекомендации полезны для стран с централизованной системой, которые запустили механизмы трансформации экономики. Факты и итоги

данной трансформации говорят об обратном, что применение перечисленных принципов обеспечило разрушение многих общественных подсистем, породило эффект «психологического шока», когда значительные слои населения с хорошим образованием и общественным статусом были превращены в «социальное ничто» относительно немногих агентов, коим удалось реализовать доступ к быстро возвышающемуся институту права частной собственности и за счёт приватизации закрепить данный институт и само правою.

Иными словами, транзитивность на постсоветском пространстве была связана с тремя базовыми процессами: либерализацией экономики, которая привела к очень большой инфляции, разгосударствлению – приватизацией, и политикой финансовой стабилизации, призванной погасить инфляционный шок. Обратим внимание, что ни одно действие, никогда не было продиктовано никакими психологическими причинами. Правительство России на протяжении 20-летнего периода реформирования, начиная с 1992 года, не интересовалось реакцией широких слоёв населения на изменения, более того, попирало мнение агентов, обесценивая все процедуры голосования как в 1991, так и 1993 и 1996 году.

Такая отвлечённость и пренебрежение психологическими факторами, а также невнимательное отношение к научным результатам которые даёт «экономическая психология» и «психология управления» обеспечили резкий всплеск девиантного поведения, психологических отклонений, фрустраций, когнитивных диссонансов, иных расстройств, дезориентацию агентов в социально-экономическом пространстве. Этот эффект настолько опасен и пока ещё слабо изучен, что представляет серьёзную опасность в части возможностей реализации стратегии развития национальной экономической системы.

Однако, был создан слой собственников, которые получили собственность не по её реальной стоимости, а авансом. Приватизация стала весомым фактором разрушения промышленности, сокращения видов деятельности, направлений производства и внутреннего рынка. Одновременно с допущенной «импортной атакой» возникла ситуация, когда национальные собственники получили компрадорский вектор ориентации своей деятельности, абсолютно не считаясь с национальными интересами. Психологические установки, поощряющие наживу и богатство, а не труд и личный вклад за счёт интеллекта

обеспечили модель поведения не только в 1990-е гг., но и оставляют суть модели поведения и на протяжении всех 2000-х гг. и далее – психологические аттитюды хозяйственного поведения имеют инерцию, очень быстро их изменить довольно трудно, причём имеется такое свойство, которое легко обнаруживается в сельском хозяйстве, когда сорняк вырастает быстро почти на любой почве, а вот культурное растение требует особо ухода, обработки земли и времени. Так и в области «макроэкономической психологии» – слом мотивов поведения агентов в сторону наименьшего сопротивления, например введения установки лёгкой наживы и обогащения может произойти быстро, а вот возврат к психологически здоровым формам поведения: трезвого, а не алкогольного поведения, оценки по личному вкладу и труду, а не по удачной продаже или коррупционным и непотическим связям – потребует большой многолетней работы, причём не только по изменению содержания макроэкономической политики, но и по созданию стимулов, мотивов, психологии экономически целесообразного поведения и закреплению в социальных институтах именно продуктивных форм психологической реакции агентов.

Очень важно отметить, что оборотной стороной конкуренции является уход одного из игроков или нескольких игроков, участников конкурентного процесса, в силу поражения с рынка. Это становится не просто психологическим шоком, но и связано с прямыми потерями интеллекта, информации, активов, объёмов производства, здоровья агентом, которые испытывают такое поражение. Следовательно, процесс организации конкуренции как «процедуры закрытия» представляется центральным с точки зрения психологически детерминант, задающих модели поведения агентов. Кстати, в предкризисный период и в начале кризиса число банкротств, обычно, как говорит статистика, нарастает. Институциональное изменение конкуренции как «процедуры закрытия» способно изменить стилистику реакций агентов и результативность всей экономической системы.

Правительства, использующие принципы «вашингтонского консенсуса» двигались по указанным направлениям, даже не пытаясь задуматься над тем, насколько адекватны эти мероприятия по отдельности и в совокупности. В принципах «вашингтонского консенсуса» перемешиваются цели, задачи, инструменты макроэкономической политики, возможности институциональных изменений.

Это делает всю систему таких принципов – в отдельных случаях разрушительной, или, как минимум, ставит вопрос относительно эффективности предлагаемых мероприятий. Следование им не способствует долгосрочному развитию отстающей в развитии страны, но зато с легкостью позволяет мировому капиталу делить секторы открывшегося ему рынка. Наличие подобных институтов в международном значении фактически означает возникновение зависимого режима проведения экономической политики для национальных государств, которые принимают указанные принципы. Логика действий задана необходимостью осуществления экзогенной финансовой помощи, предоставления кредитов, либо иностранных инвестиций. Поэтому условия и стилистика экономической политики привязаны к этим магистральным с точки зрения определения развития действиям и направлениям движения экономической системы.

В качестве альтернативы, как по отдельности, так и в совокупности, можно предложить принципы «московского консенсуса», то есть по существу градуалистской экономической политики, которое может и не отрицать отдельные принципы «вашингтонского консенсуса», зато должна вложить в них иное содержание. В рамках это важной с психологической точки зрения дихотомии, можно рассматривать различные сочетания вариантов и мер экономической политики. К таким положениям относятся:

- либерализация трудового фактора и бюджета как макроэкономического инструмента решения данной задачи;
- общественные расходы – служат целям развития социального сектора, подверженного «болезни цен» Баумоля;
- валютный курс – отражающий реальный паритет покупательной способности и процентных ставок;
- защита интересов национального рынка и имущества – де-либерализация торговли, стимулирование кооперационных связей в экономике;
- налоговая система – с прогрессивной шкалой налогообложения, ориентирована на решение задачи сокращения неравенства (измеряемого коэффициентом Джини);
- финансовое стимулирование – низкие процентные ставки, обеспечивающие инвестиционный процесс, ориентиры в установлении цен на ресурсно-энергетические товары, повышение заработной платы;

- внутренние инвестиции и создание кредита, обеспечивающие развитие реальных секторов экономики;
- национализация – деприватизация незаконно приватизированных предприятий, особенно природно-ресурсного комплекса – введение системы национального имущества;
- регулирование экономики – с целью решения структурных задач развития с учётом эффекта конкуренции как «процедуры закрытия»;
- повышение качества законодательных актов и базисных институтов экономического развития, защита прав, повышение эффективности института оценки.

Главнейшая цель «московского консенсуса» – обязать власть исполнить предложения научного сообщества и ликвидировать догму безальтернативности вектора социально-экономического развития России и мира.

Социальные высокие качества всегда сталкиваются и противостоят с низменными инстинктами, исходящими из того, что человек является биологической системой в своей первооснове и затем, разумеется, социальной. Но методами экономической политики, выстраиванием сетки стимулов в государстве можно увеличить либо долю низменных проявлений, либо её сократить, обеспечив воспроизводство высоких социальных качеств и соответствующую им оценку. Этими же методами можно создать продуктивные стимулы, которые мало зависимы от внешних источников, либо же целиком определяются ими.

Политика Правительства здесь играет определяющую роль, поскольку в иерархии институтов институт управления обществом занимает верхнюю ступень, определяя механизмы ввода и управления другими институтами, изменение их содержания. Например, именно правительство явилось инициатором реформ в России и приватизации, именно оно определил формат приватизации так, как она и проходила. Более того, именно правительство не умеет или не желает остановить этот процесс даже в 2012 году, хотя результаты приватизации, например, оборонного комплекса показали неэффективность. Это является доказанным фактом, с чем согласно большинство экспертов экономистов, специалистов технического и военного профиля.

Видимо, психологические аттитюды действуют и на уровне самого правительства, когда оно предпочитает ориентироваться на

тех или иных экономических консультантов, на те или иные рецепты экономической политики и предлагаемые решения. За сухими оценками или ожиданиями экономической или финансовой эффективности обсуждаемых мероприятий, совершенно ускользает психологическая компонента, связанная с реакциями агентов, вообще с необходимостью проводить изменения, считаясь с желаниями агентов, ожидая приспособление к этим изменениям. Трансформация, модернизация, реформирование – эти синонимичные по действию термины близки и в психологическом плане, поскольку, если при их осуществлении не ориентироваться на реакции агентов, не представлять изменение бремени изменений, которое ложится на агента, который возможно, не захочет всю жизнь прожить в скоростных изменениях и будет реализовать модель самоустранения из общественной жизни как реакцию протеста против такого режима управляемых, инициируемых изменений, генератором которых становится правительство и бюрократия. Помимо техники, технологии, рынков, получается, что в общественной системе существует целый пласт занятых агентов, целью работы которых становятся изменения, а показателем работы – частота изменений, при трудностях оценки содержания. Но тогда возникает проблема адекватности такого макроуправления со стратегической точки зрения развития всего общества.

В экономической науке отсутствуют строгие доказательства максимальной эффективности одной формы собственности и её преобладания над всеми остальными. Современные экономики – смешанные системы, в том числе и по отношению к используемым формам собственности. В экономической науке нет четких доказательств, почему долгосрочная аренда земель сельскохозяйственного назначения с возможностью ее продления для родственников первого арендатора (своеобразный механизм наследования), при условии использования земли по назначению и с организацией рынка прав на аренду, но при сохранении формально государственной собственности на земли сельскохозяйственного назначения, менее эффективна, чем частное владение такими землями, когда создаётся опасность вывода этих земель из производственного оборота, частичного использования не по назначению, обеднения почв. Таким образом, долгосрочная аренда полностью имитирует владение, распоряжение, пользование землёй, возможность осуществления торговых сделок, одновременно, без спекулятивных зло-

употреблений, и даже механизм наследования, но земля сельскохозяйственного назначения при этом остаётся в государственной собственности.

Государство осуществляет стоимостную оценку этих земель, устанавливает размеры арендных платежей (налога за пользование), то есть располагает рычагом получения природно-ресурсной ренты, распределяя её среди граждан страны, каждый из которых по факту рождения имеет право на эту землю, леса, озёра и другие природные богатства, перевести которые в частные руки, означает отдать предпочтение тому, кто имеет больше денежных знаков для покупки перечисленных богатств, автоматически ликвидировав права других граждан.

К тому же отсутствуют убедительные доказательства низкой эффективности государственного регулирования, особенно в сравнении с частным использованием актива. Ясно одно, пока актив находится в государственной собственности, он в более полном объёме может использоваться в общественных целях и интересах, нежели в случае, когда он перестаёт быть государственным активом. Более того, находясь в различных институциональных условиях и ограничениях, один и тот же актив может показывать различную эффективность, причём эти два типа эффективности невозможно сравнивать, поскольку «природа» эффективности различна. Эффективность предполагает не только учёт результатов и затрат, выраженных количественно, но и качественные оценки использования актива, в том числе в решении задач общественного развития. Поэтому, когда утверждают необходимость приватизации как единственного средства повышения эффективности государственной собственности, активов, исходят из масштабного стереотипа-заблуждения, точно также как представляют процесс приватизации как единственно возможный, испытывая психологическую боязнь перед обратным процессом национализации. Тем самым, правительство как бы отрезает себе путь исправления ошибок одного экономического процесса, не считая, что имеет в своём арсенале инструмент, привязанный исправить возможные неверные решения по приватизации. Тем самым нарушаются базовые принципы эволюции социально-экономической системы и управления. Причина состоит в действии психологических установок, как правило, не имеющих ничего общего с научным доказательством или научно обоснованным решением.



#### *4. Экономическая наука, «модель поведения» человека и право собственности.*

Свобода, благосостояние и мирное сотрудничество выступают как безусловные цели экономической политики и развития общества, в которых должно содержаться удовлетворение базовых потребностей живущих на земле людей – в пище, продолжении рода, профессиональной реализации, в развитии культуры, образования, науки, здравоохранения. Только с этих позиций нужно рассматривать благосостояние, сотрудничество и свободу. Данные ценности не могут существовать отдельно от человеческой жизни и становиться самоцелью. Фазы этой жизни строго определены биологической природой человека: рождение, детство, юность, становление, зрелость, старость и смерть. Жизнь человека конечна, и ее продолжительность зависит от многих факторов, включая обеспеченность благами, социально-экономические, культурные условия развития общественных отношений, национальные традиции, семейные отношения, психологическую атмосферу в стране, уровень преступности и коррупции, духовно-религиозные предпочтения, начальное образование и состояние медицинской отрасли, условия труда и т.д. Наличие этапов в эволюции индивида и конечность его бытия способствуют не только выработке собственной структуры ценностей, соответствующей каждому этапу, но и заставляют людей в разном возрасте действовать по различающимся моделям поведения, которые в значительной степени детерминируются принадлежностью участника к возрастной категории, то есть близостью к заключительному этапу жизненного цикла. Кстати, экономическая теория, вводя модель человека, постулирует ее универсальность – пригодность применения для любых категорий людей и в любых ситуациях. Но, фактически, с ее введением происходит примитивизация самого человека, возможностей принятия им каких-либо решений и его поведения в целом. Экономической модели человека безразличен возраст людей. Это составляет фундаментальное ее ограничение. Если в возрастной структуре общества увеличивается число пожилых людей, то изменяется спрос, мотивы, психология поведения, реакции, резко увеличивается бремя социальных расходов, потребность в здравоохранении. Вместе с тем, число работающих агентов на пенсии увеличивается, возрастает занятость пожилых лиц, увеличивая социальную конфликтность с молодежью. Например, возникает бло-

кирование подготовки кадров, когда пожилые работники не заинтересованы готовить себе смену ни за какое вознаграждение, потому что возможность потерять работу по потерям оценивается выше, чем стимулирующий доход, когда работодатель будет пытаться заинтересовать пожилых работников обучать молодежь. Формально это обучение может происходить, и пожилые люди будут получать вознаграждение за такое обучение, но по факту, такое обучение будет не на максимально возможном уровне и качество персонала может со временем снижаться, как и конкурентоспособность такой экономической системы. Кстати, здесь возможны такие психологические детерминанты поведения. Во-первых, возможна установка, что «я самостоятельно всё постигал, почему должен кого-то учить». Во-вторых, вероятна девиация поведения, когда пожилой работник делится вознаграждением за обучение с обучаемым при формальной передаче опыта. Такие модели являются экстремальными, но условия для их возникновения в той или иной системе могут сложиться. Определяющим фактором здесь будет психология труда, обучения, основные мотивы и вознаграждения. Важно отметить, что споры среди экономистов по поводу модели человека в экономической науке беспочвенны, поскольку, по этапам его жизни эти модели изменяются, поскольку меняются мотивы и психология поведения, детерминированная возрастом человека. Значит, и на макроэкономическом уровне реакции агентов будут зависеть не только от чисто экономической мотивации, но и их возраста. Кроме того, вводя иррациональность в модель поведения человека, что само по себе полезно, эта «обновлённая» модель позволяет изучить эффекты оппортунизма, альтруизма, других девиантных моделей микроэкономического поведения, но всегда нужно принимать в виду, что определение рациональности или иррациональности требует критерия. Дело в том, что трудно найти психически здорово человека, который бы сказал, что не желает, как можно дольше прожить при сохранении максимально долго своей физической и умственной активности, то есть дееспособности. Если это так, в чём сомневаться всё-таки не приходится, то данная цель не предполагает сомнений в рационализме, она абсолютно рациональна, значит и если вести речь о модели человека, то его поведение, детерминированное таким критерием, вытекающим из целей его биологической жизни, является абсолютно рациональным. Другое дело, что изменяющихся социальных условиях, в

том числе по причине того, что человек сам является инициатором таких изменений, возникают различные проявления его поведения, не согласующиеся с «экономическим рационализмом», то есть не связанным с получением максимальной выгоды в чисто экономическом смысле (даже иногда финансовом смысле). При этом, рационализм, связанный с природой человека сохраняется, несмотря на изменение условий экономического содержания. В связи с приведенными доводами, представляется, что довод относительно крушения «абсолютной рациональности» и замещением её ограниченной рациональностью или иррациональностью весьма натянут и не отражает подлинного значения полигранной в психологическом смысле сути человека и модели его поведения.

Как видим, экономическая модель человека наверняка различна в зависимости от возраста, значит, с точки зрения агрегации реакции, результат зависит от преобладания тех или иных возрастов в экономической системе, она не есть модель действия или поведения, выражающего определённую совокупность действий, произведенных за данный промежуток времени. Причём «модель человека» напрямую никак не связана с проводимой экономической политикой, мотивы которой лежат в совершенно иной плоскости, нежели мотивы индивидуального поведения. Правительственные мероприятия являются продуктом коллективных согласований и направлены на достижение целей развития хозяйственной системы. Следовательно, в виде главного мотива при разработке таких мероприятий должен выступать мотив получения максимальной общественной пользы, представления о которой должны иметь члены правительственного кабинета.

Общественная структура иерархична, а значит, заранее задан масштаб социального неравенства, распространяемого и по отношению к закону. Перспективы экономического развития зависят от величины этого масштаба. Наличие иерархий как основы общественной структуры является центральным моментом в образовании форм неравенства, в том числе и перед законом, и политика ничем не может помочь в смысле ликвидации этих форм. Это не задача экономической политики. Подлинной задачей может выступать лишь обеспечение необходимого уровня неравенства, и тогда возникает главный вопрос: какое же неравенство необходимо?

Конечно, у политиков в арсенале ещё остаются методы манипулирования оценкой активов, например, земли и соответственно

влияния на рыночную цену. Однако раздача национальных активов по низкой стоимости имеет ещё меньше оснований с позиций экономической эффективности и справедливости. Из сказанного следует, что принятие закона, разрешающего куплю-продажу наиболее ценных активов (земли), по сути, означает решение в пользу тех, кто желает её приобрести и, главное, имеет для этого финансовые средства. В таком случае фактически происходит назначение владельца, собственность становится своеобразным фетишем экономической системы, позволяющим извлекать доход, концентрировать капитал и создавать механизмы принуждения, в том числе принуждения к определённым видам деятельности, а сами владельцы выдвигаются на верхний уровень общественной иерархии, приобретают власть – финансовую, экономическую и политическую, оказывая серьёзное влияние и на появление новых законов, не позволяющих изменить сложившееся к их выгоде *status quo*.

Но почему так, а не иначе решается проблема институциональной регрессии, ведь отсутствуют строгие доказательства преимуществ новой структуры активов, возникающей в связи с актом продажи? Потому что с регрессией борются политическим решением, становящимся заложником теоретической доктрины, аналитический аппарат которой не способен выработать какие-либо принципы или модели, учитывающие наличие данной проблемы. Право собственности, согласно концепции "естественного права", является таким же правом, как право на жизнь, свободное выражение своих мыслей, то есть неотъемлемо связано с природными инстинктами человека. Данная трактовка служит прекрасным примером неверной классификации, результаты которой затем подвергаются неправомерному агрегированию. Сторонники естественного подхода рассматривают отдельного индивида с набором прав, подразделяя их на те, которые автоматически возникают с появлением нового человека, присущи ему по определению, и те, которые возникают под давлением исторически сложившейся социально-правовой структуры.

Во-первых, все права приобретают вид сочетания формальных и неформальных правил и имеют границы, за пределы которых их действие не распространяется.

Во-вторых, попробовать определить, что свойственно и несвойственно человеческой природе – задача довольно трудная, тем более для самого человека. Если одни права являются естественными, то

почему другие, появившиеся посредством установления социальных норм, таковыми не считаются – ведь они тоже есть продукт деятельности человека, да и так называемые естественные права проходят этап институционализации и обретают чёткие рамки?

В человеческой природе, вне всяких сомнений, заложено владеть чем-либо, распоряжаться этим по собственному усмотрению, включая возможность продавать. Но каковы должны быть пределы такого владения, объём собственности, можно ли ставить задачу нахождения оптимального значения этих пределов или этого объёма? Почему современные западные общества функционируют, отдавая высший приоритет праву частной собственности и ущемляя не только права на другие виды собственности, но и не менее значимое право не владеть чем-либо? Действительно, можно признать естественной нормой владение домом, собственным костюмом, собственной мастерской, магазином, небольшой фабрикой, но когда человек владеет несколькими десятками крупных заводов и имеет личные активы, превышающие в денежном эквиваленте размеры годового бюджета многомиллионного государства в несколько раз, такое владение невозможно признать естественной нормой и отнести к разряду естественного права. Дело в том, что естественно владеть той совокупностью активов, которой можно лично распорядиться, как своей машиной, домом, квартирой, компьютером и т.д. Естественное право возникает только синхронно с личным распоряжением. В том случае, если нельзя самостоятельно распорядиться активом и требуется наёмный управляющий, от имени владельца осуществляющий необходимые действия, возникает превышение объёма естественных объектов частной собственности, но превышение, приносящее владельцу, за редкими исключениями, более обеспеченную жизнь по сравнению с лицами, пользующимися принципиальным правом не владеть свыше некоторого объёма естественных объектов частной собственности. Причём этот объём занимает промежуточное положение между полным отрицанием частной собственности на средства производства, приводящим к административному централизму – излишней власти бюрократии, и признанием абсолютного главенства этого вида собственности, провоцирующим олигархический централизм или власть финансово-политических кланов.

Право не владеть нисколько не является проявлением иждивенческой психологии. Оно является правом принятия личных ре-

шений в отношении своих объектов собственности, правом самому контролировать свои активы, самому принимать «рыночные поражения». Разновидность этого права, которое несколько не лучше и не хуже права владеть, с переносом ответственности и контроля на других лиц не должна обеспечивать индивиду более низкий уровень жизни, чем право владеть. Данный вывод способен подвести нас к осознанию необходимости институциональных изменений в современных хозяйственных системах, а также предъявить новые требования к проводимой экономической политике и общественному устройству. Следовательно, смещение акцентов в части критериев экономической науки способно изменять психологию восприятия не только самого знания, но и тех общественных форм и эффективности, представления о которых считаются стабильными и сформированными.

### ***Литература***

Уильямсон О. Экономические институты капитализма. – СПб.: Лениздат. – 1996. – 702 с.

Форрестер Дж., Мировая динамика. – М.: Наука, 1978.

Salvandy G. An industrial dilemma: simplified versus enlarged jobs, in: R. Murumatsu, N. A. Dudley, eds., Production and industrial systems, London, Taylor and Francis, 1978.

Sheridan T.B., Vamos T., Aida W. Adapting Automation to Man, Culture and Society. – Automatica (Oxford), 19, 1983.

## **ECONOMIC PSYCHOLOGY AS A FOUNDATION OF MODERN ECONOMICS**

**O.S. Sucharev**  
(Moscow, Russia)

### ***Abstract***

*In the paper deals with the problem of economic science, and place in the development of economic psychology. We study the different behaviors of agents: innovative, conservative, the initial basic principles of economic analysis and their relevance to the tasks facing economic science. In particular, the model of economic man, the principle of "natural rights", the independence of consumers and others have a different interpretation*

*from the position of the observed phenomena in society today. The author analyzes the importance of psychological factors on the economic development that can be represented picks up speed of institutional change, explores the limits "mainstream", institutionalism, and economic value of psychology to conduct research in the social sciences. We show a close connection between the original principles of the theory of institutional and economic psychology, a research program which can be used not only to mikroeknomicheskome level of analysis, but also for the development of measures of economic policy.*

**Keywords:** *economic psychology, behavioral agents, risk, ownership, dysfunction*

# CONTROVERSY ABOUT THE PRINCIPLES OF JUSTICE

**Tadeusz Tyszka**

(Warsaw, Poland)

## **Abstract**

*Moral philosophers often dispute about the question of which principle should be used to divide goods for this distribution to be just. The three well known approaches are: (1) maximizing the wellbeing of the average person in society (utilitarian position), (2) maximizing the wellbeing of the worst off person in society (Rawlsian maximin position), and (3) minimizing the gap between the richest and the poorest members of society (egalitarian position). The main concern of this paper is which principle of division of goods people think is fair or just. One of its conclusions is that for ordinary people the notion of fairness is not confined to considerations of either the worst off or the average person in society. People do not seem to be very clear about the minimum value that should be guaranteed for everybody. The degree of risk aversion may influence which principle of distributive justice would be accepted by a particular person.*

**Keywords.** *Fairness, principles of distributive justice, utilitarian position, Rawlsian maximin position, egalitarian position, risk aversion.*

## *1. Motivation of fairness.*

One of the issues that have been most frequently debated by both moral philosophers and by ordinary people is the question of according to which principle goods should be divided in order to be divided justly. In the present paper we will start with a short description of the normative approach to this question, however, our main interest concerns the descriptive question of which principle of division of goods people regard as fair or just.

Actually, principles of distributive justice concern not only goods, but also duties, burdens, health risks, and so forth. Controversies about principles of justice are often very intense. This is due to the fact that they concern important practical questions: what is a proper level of income distribution in society, which tax system is just and should be accepted etc. As put by John Rawls, *the primary subject of justice is the basic structure of society, or more exactly, the way in which the major social institutions distribute fundamental rights and duties and determine the division of advantages from social cooperation* (Rawls, 1971/1999, p. 6).

Motivation of fairness seems to be present not only in humans, but also in other primates. Indeed, Brosnan and de Waal (2003, see also van



Wolkenten, Brosnan, and de Waal, 2007) showed that capuchin monkeys responded negatively to unequal reward distribution in interaction with a human experimenter. The researchers put monkeys in cages and taught them to give tokens to the experimenter. In exchange they were given rewards of different value: highly valued grapes and less appreciated slices of cucumber. Before engaging in the activity, each monkey could observe the interaction between the experimenter and another monkey. The results showed that:

- The monkeys were more willing to cooperate when the same rewards (regardless of their value) were given to both animals.
- The cooperation reduced significantly when the monkeys knew that the other animal received a better reward for the same job.
- The same was observed when the other monkey received a better reward (a grape) without having to do any job, while the tested monkey received for its job a reward of a lesser value (a cucumber slice).
- The monkeys did, however, tolerate some degree of inequality: they cooperated when both the working and the idle monkey received a small reward (a cucumber slice), and the effort involved in the job was not big.

In humans one can observe numerous protests against depriving someone of their goods, rights, etc. The question is whether the justice motive is primary or simply a derivative of other motives (that of all self-interest). Research (Montada, 2002) shows that people engage in various activities even when commitment to justice does not seem to be in the self-interest of the actor, e.g. when the relatively privileged people engage in improving life conditions of the disadvantaged (the poor, the unemployed, etc.). Moreover, people can feel morally uneasy when justice has been violated to their own advantage (Montada, 2002).

## 2. *Main approaches to distributive justice.*

Let us imagine society consisting of five income classes and let us consider three income distributions presented in Table 1 (in some unspecified units). Which of these three distributions should be considered most just and should be chosen by members of society?

There are three basic answers to this question.

According to the *egalitarian position*, the third distribution should be chosen, as it minimizes the gap between the richest and the poorest members of society.

Table 1.

*Income distributions in five income classes*

Social class	Income distributions		
class A	\$90,000	75,000	50,000
class B	\$70,000	50,000	40,000
class C	\$45,000	35,000	35,000
class D	\$20,000	25,000	30,000
class E	\$10,000	20,000	15,000
Average income	\$47,000	41,000	35,000
Lowest income	\$10,000	20,000	15,000
Income range	\$80,000	55,000	35,000

This seems to be a somewhat simplistic approach. The two main approaches that arouse controversy among moral philosophers are: utilitarian and contractarian. The two most prominent contemporary representatives of these approaches are John Rawls and John Harsanyi.

According to the *utilitarian position*, the second distribution of income should be chosen, as it maximizes the sum or the average income in society. Goods should be divided in such a way that the resulting sum of utilities for the individuals is maximal.

According to the *contractarian position*, the third distribution of incomes should be chosen, as it maximizes the income of the poorest. Goods should be divided in such a way that, after the division, the position of the least advantaged individual is as high as possible (Rawls, 1971/1999).

Rawls based his maximin principle on the concept of rational decision making under uncertainty. He argues that rational decision making in choosing under conditions of complete uncertainty should involve the analysis of the available courses of action in terms of the worst possible outcome that can occur for each action. Rawls illustrates this with the choice you have when attacked by somebody who directs a gun at you and asks you to give him your money. When you cannot predict whether the gun is real or fake, as the rational decision maker you should choose to comply with the demand, since the worst possible outcome of this act would be the loss of money, while the worst possible outcome of ignoring the offender's demand would be your death. Thus, the maximin principle seems to be a rational principle of choice under uncertainty.

Similarly, for the conception of justice, Rawls proposes a kind of a “thought experiment” consisting in suspending all factual knowledge about the general situation of society. In particular no one should know his/her place in society, his/her *class position or social status*, nor does anyone should know his/her fortune in the distribution of natural assets and abilities, his intelligence, strength, and the like (Rawls, 1971/1999, p. 118). This way the principle of justice is to be chosen *behind a veil of ignorance*. Rawls claims that in making decisions in this *original position*, rational persons would choose the maximin principle of justice, i.e. the maximization of the wellbeing of the worst off individual in society.

However, Harsanyi argues that the maximin principle is not necessarily the best strategy in situations like this. It would often lead to highly irrational decisions. Let us consider for example a choice between two possible actions  $d_1$  and  $d_2$  in a situation where there are two possible states of nature –  $s_1$  and  $s_2$ . By choosing  $d_1$  the individual receives either 0 or 1000 euros, while the choice of  $d_2$  results in the payoff of 10 cents, regardless of which state of nature occurs. Surely, in such a situation very few people would opt to choose  $d_2$ .

Table 2.

**The choice between two actions under uncertainty**

State of nature Action	$s_1$	$s_2$
$d_1$	0	1000 euros
$d_2$	10 cents	10 cents

According to the maximin principle, action  $d_2$  is better here than  $d_1$ , as in a worse state of nature ( $s_1$ ) it yields (slightly) more. However, in such a situation many people would presumably choose action 1. In Harsanyi’s opinion, a rational decision maker in a risky situation is guided by a principle of maximizing his own expected utility. Thus, in the problem presented in Table 2 he will choose action  $d_2$  only when the probability of the state of nature  $s_2$  occurring is extremely low. Harsanyi concludes:

*If you took the maximin principle seriously then you could not ever cross a street (after all, you might be hit by a car); you could never drive over a bridge (after all, it might collapse); you could never get married (after all, it might end in a disaster), etc. If anybody really acted this way he would soon end up in a mental institution. The maximin principle is irrational to make your behavior wholly dependent on some highly*

*unlikely unfavorable contingencies regardless of how little probability you are willing to assign to them* (Harsanyi, 1976, p. 40).

Moreover, Harsanyi, along with other utilitarians, claims that the principle of maximizing the minimal income is not the fairest principle of distributing goods in society. According to him the fairest principle is the one of maximizing the average income.

### *3. Human intuitions and preferences for principles of justice.*

The principles of distributive justice constitute a central issue of debates between moral and political philosophers. However, it is also interesting which principles of distributive justice are recognized and preferred by ordinary people. Naturally, this is a question for empirical research. Frohlich, Oppenheimer and Eavey (1987; see also Frohlich and Oppenheimer 1990, 1992) conducted an experiment whose aim was to test Rawls's hypothesis: whether in making decisions in the *original position*, i.e. when one does not know his future position, individuals would choose the maximin principle of justice. Their experiment was then replicated in a completely different social environment, namely in communist Poland, by Lissowski, Tyszka and Okrasa (1991). The results of these two experiments were similar to such an extent that we present them here together.

In both experiments the researchers first asked their subjects directly about their preferences for four principles of distributive justice:

1. maximizing the floor,
2. maximizing the average,
3. maximizing the average with a floor constraint,
4. maximizing the average with a range constraint.

In the next stage, subjects had the opportunity to choose among income distributions which corresponded to the four different principles of distributive justice. Income distributions were presented in the format similar to the one shown in Table 1. Subjects' choices had financial consequences for the participants. Finally, subjects in groups of five had an opportunity to choose a principle of distributive justice for the group.

Results of these two experiments are rather straightforward: when ranking the four principles of distributive justice, the principle of maximizing the average income with a floor constraint received the highest, and the Rawls's maximin principle received the lowest ranking in both American and Polish samples. The same pattern of results was obtained for choices from among income distributions which had financial consequences for the participants. Finally, most of the groups studied reached

agreement on the principle of just division, and in the groups that reached unanimity, almost without exception this was the principle of maximizing the average income with a floor constraint.

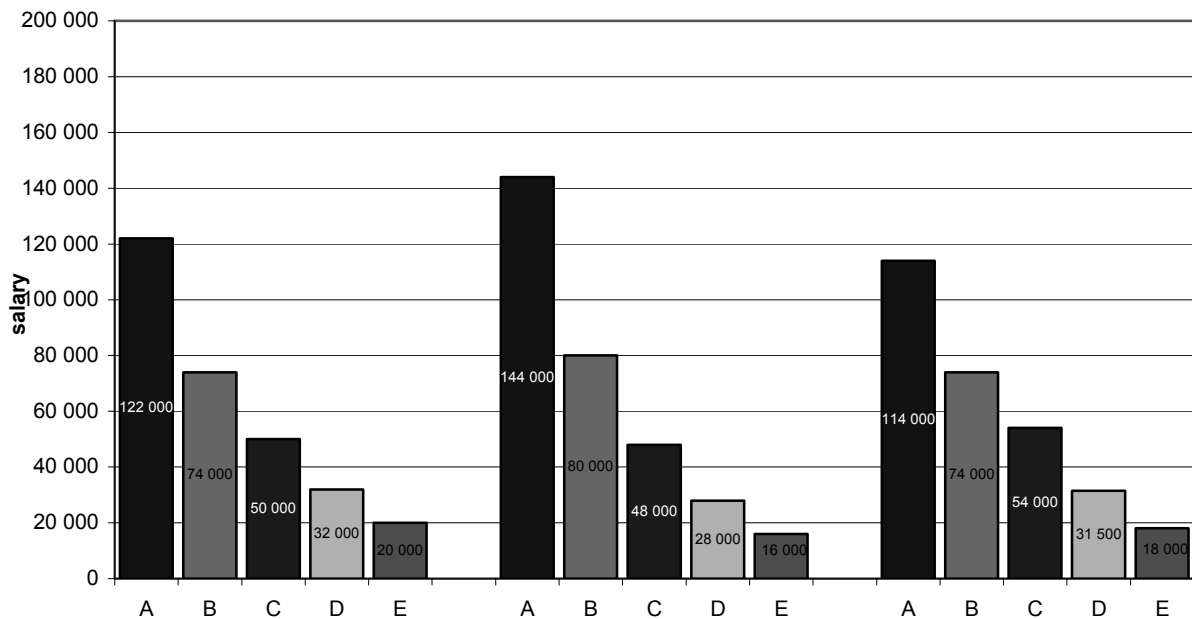
In another study (Demidowicz, Malawski, Roy, and Tyszka (2005) subjects (students) were presented with the three most commonly formulated positions concerning a fair distribution of goods in society:

1. Maximizing the Minimal Income (Rawls's principle),
2. Maximizing the Average Income,
3. Minimizing the Income Range.

Two research questions were posed:

(1) Are the preferences for abstract principles of fair distribution of goods clear and stable enough to be confirmed in choices between different distributions of salaries? Or is it on the contrary: they depend on specific values of basic parameters: the average, the lowest and the highest income?

(2) Are the preferences for different principles of fair distribution of goods related to the person's attitude towards risk?



*Figure 1. The exemplary set of income distributions with a table containing some of their characteristics.*

		distribution I	distribution II	distribution III
<i>Minimum income</i>	PLN	<b>20 000</b>	16 000	18 000
<i>Average income</i>	PLN	59 600	<b>63 200</b>	58 300
<i>Income range</i>	PLN	102 000	128 000	<b>96 000</b>

The participants were asked to imagine a company that launches a new product on the market. The new product was to be sold in five different regions (A, B, C, D, E). From experience with different products, it is known that the regions vary substantially in terms of demand for particular products and consequently they also vary in terms of sales and profitability. The company employs one sales representative per region. It also pays salary to its sales representatives according to the effectiveness of their sales. As a result, sales representatives are rewarded differently. Participants were familiarized with the three principles through analyzing example shown in Fig.1.

Then participants were told to imagine that they are one of the sales representatives and, subject to assigned region, placed in the situation of person A, B, C, D or E. At this point in time it is unknown, which region is assigned to which salesman. In the example above, in income distribution I person A receives 122 000 PLN salary, person B receives 74 000 PLN salary, etc. In income distribution II person A receives 144 000 PLN salary, etc. In all the three income distributions (I, II, III) sales representative A has the highest income, B has the second highest income, etc. till sales representative E, who has the lowest income. (The three income distributions in Figure 1 fit well the three principles of fair division of goods.)

Subjects' attitude towards risk was measured through their choice among binary lotteries, which differed with respect to their expected value and variance (a proxy for measure of risk).

First, we compared direct rankings of the abstractly described principles of justice with rankings of the same principles implied by respondents' choices of payoff distributions. As shown in Figure 1, in direct ranking the highest average rank was received by the principle of Minimizing the Income Range, while this principle was the least popular in choice situations.

Moreover, when making choices of different income distributions, subjects generally did not adhere to a single principle. Out of the 120 participants only 28 persons chose the same principle of justice in different sets of income distributions.

No correlation between direct rankings of justice principles and attitudes towards risk was found. However, as Table 2 shows, a moderate negative correlation between risk propensity and choosing distribution corresponding to the principle of Maximizing the Minimal Income was observed, as well as a moderate positive correlation between risk propensity and the principle of Maximizing the Average Income.

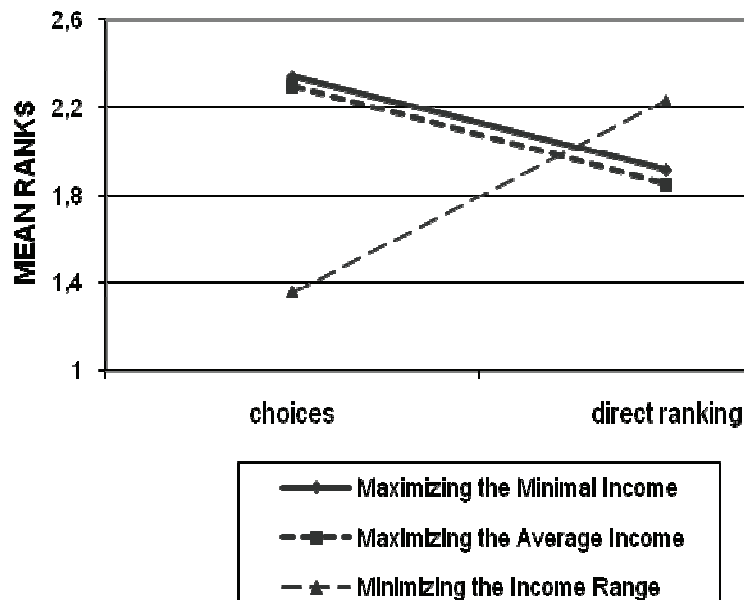


Figure 2. Mean ranks of the three principles in choices and in direct ranking.

Table 2.

**Correlation between attitudes towards risk and rankings for the three principles of justice.**

Preferences for the principle	Max. the Minimal Income	Max. the Average Income	Min. the Income Range
Correlation with the attitude towards risk	- .31	.30	- .03

4. Conclusions.

1. One of the conclusions from our research is that for ordinary people the notion of fairness is not confined to considerations of either the worst off person or the average person in society. Indeed, in Study 1 the principle of maximizing the average income with a guaranteed minimum, which combines both of these aspects, dominated in both group and individual choices. In Study 2, depending on the average and the floor values, participants of our experiments tended to change their preference between the principles of maximizing the average value and maximizing the floor value of the income distribution. These results, as well as the results of subsequent studies (Bond and Park 1991; Jackson and Hill 1995; de la Cruz-Dona and Martina 2000; Herne and Suojanen 2004) means that in the judgment of ordinary people the debate over fairness is not reduced to a simple dichotomy: is it the wellbeing of so-

ciety as a whole that matters, or is it the degree of inequalities in society that should be taken into account? People seem to be sensitive to both of these criteria. It also seems that intuitive principles concerning the idea of fairness are by no means clear. This can be seen for example in the fact that rankings of the three abstract principles of fair distribution differed considerably from the preferences revealed in actual choices made under the veil of ignorance.

2. In a passionate controversy concerning the income inequality of individuals within societies, it is often claimed that the gap between the rich and the poor is too large. Debates on the economic inequality concern various aspects. One of them is the question of how inequality affects economic development. Some argue that inequality is beneficial for the aggregate economic activity and economic growth, while others claim that it is harmful to economic development. Another aspect concerns the very notion of social justice which requires redistribution of large concentrations of wealth in a way that spreads it more widely. Various negative social consequences of economic inequality are quoted. For example, Wilkinson R.G., Pickett K.E. (2006) demonstrate that the scale of income inequality in a given society is a determinant of the population health, social distrust, and other social dysfunctions. Certainly, ordinary people are sensitive to economic inequality. The popularity of the principle of maximizing the average income with a guaranteed minimum in our experiment is evidence for this concern. However, people do not seem to be very clear about the minimum value which should be guaranteed for everybody. In debates about income inequality a common argument raised is that the gap between those at the top and the bottom of the economic pyramid has grown over the last years. This type of arguments is similar to the one people use in other areas of human judgments. For example, when people evaluate a “*justified product price*”, they often compare a product’s price to a “*reference price*” that they maintain in their memory of past prices or in their memory of other product prices. It seems that in the same way people think about a justified income gap between the rich and the poor. They compare actual gaps with “*reference gaps*” in the past or in other countries.

3. When Rawls described “*the original position*” for his thought experiment he assumed that individuals should not know their place in society, i.e. their social position. Naturally, in the real world people differ with respect to their actual or expected social position. One could expect that these individual differences would influence people’s pref-



erences for distributive principles. Indeed, Kurtis, Cadigan, Schmitt, and Shupp, Robert (2008) conducted an experiment in which they used a dictator game where they manipulated subjects' power and initial resources. They found that unearned differences in a subject's social position affected participants' expectations regarding a just income distribution. On the basis of this finding we can conclude after the authors that when granted initial property rights or the power to influence the final distribution, individuals easily developed a sense of entitlement to a higher payoff. This finding also provides a basis for explaining why most people experience their own social position as "unjust". Even when there is no entitlement for a higher payoff, people can easily develop one, using self-deception and other psychological mechanisms.

4. When describing "*the original position*", apart from the assumption about the ignorance of one's own social position, Rawls also assumes that individuals should be risk neutral. Naturally, in the real world people do differ with respect to risk attitudes. As we know from decision research, most people are risk averse, however there are others who are willing to take risks. In our Study 2 we found that the degree of risk aversion may influence which principle of distributive justice would be accepted by the person. The greater risk aversion, the higher willingness of the individual to accept the maximin principle of distributive justice. This result suggests that controversies and disagreements about the principles of distributive justice may at least partly result from peoples' differentiation with respect to risk attitudes. Those who are risk averse may be predominantly motivated by security, and thus will be in favor of the Rawlsian maximin principle, while those who are less risk-averse may be proponents of taking a chance to reach a higher position in society and thus will be in favor of the utilitarian principle of distributive justice.

### **References**

Bond, D., and Park, J.C. (1991). An empirical test of Rawl's theory of justice: A second approach in Korea and in the United States. *Simulation & Gaming* 22: 443-62.

Brosnan, S. F., de Waal, F. B. M. (2003). Monkeys reject unequal pay, *Nature*, 425, 297-299.

De La Cruz-Dona, R., and Alan Martina, A. (2000). Diverse groups agreeing on a system of justice in distribution: Evidence from the Philippines. *Journal of Interdisciplinary Economics* 11: 35-76.

Demidowicz, B., Malawski, M., Roy, J., Tyszka, T. (2005). Preference towards justice and attitude towards risk. Presentation at 11th International Conference on Social Dilemmas. Kraków: 2005, 06, 24-28.

Essays on Ethics, Social Behavior, and Scientific Explanation. Dordrecht: Reidel Publishing Company.

Frohlich, N., Oppenheimer, J. (1990). Choosing justice in experimental democracies with production. *American Political Science Review* 84:461-77.

Frohlich, N., Oppenheimer, J., and Eavey, C. (1987). Laboratory results on Rawl's distributive justice. *British Journal of Political Science* 17:1-21.

Frohlich, N., Oppenheimer, J. (1992). Choosing justice. Berkeley: University of California Press.

Harrison, Glenn and Kevin McCabe. (1996). Expectations and fairness in a simple bargaining experiment," *International Journal of Game Theory* 25: 303-327.

Harsanyi, J.C. (1976). Dajesz +1 publicznie. Cofnij

Herne, K., and Suojanen, M. (2004). The role of information in choices over income distributions. *Journal of Conflict Resolution* 48 (2): 173-193.

Jackson, M., and Hill, P. (1995). A fair share. *Journal of Theoretical Politics* 7:169-80.

Kurtis, S., Cadigan, J., Schmitt, P., and Shupp, R. (2008): "Personality preferences in laboratory economics experiments," *Journal of Socio-Economics*, 37, 998-1009.

Lissowski, Grzegorz, Tadeusz Tyszka, and Włodzimierz Okrasa. (1991). Principles of distributive justice: Experiments in Poland and America. *Journal of Conflict Resolution* 35:98-119.

Montada, L. (2002). Doing justice to the justice motive. In: M. Ross & D.T. Miller (Eds.), *The justice motive in everyday life* (pp. 41-62) New York: Cambridge University Press.

Rawls, John. (1971/1999). *A Theory of Justice*. Cambridge: Harvard University Press.

van Wolckenten, M., Brosnan, S. F., de Waal, F. B. M. (2007). Inequity responses of monkeys modified by effort, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104, 18854- 18859.

Wilkinson R.G., Pickett K.E (2006). Income inequality and population health: A review and explanation of the evidence. *Social Science & Medicine* 2006, 1768-1784.

# ДИСКУССИЯ О ПРИНЦИПЕ СПРАВЕДЛИВОСТИ

**Тадеуш Тышка**  
(Варшава, Польша)

## **Аннотация**

*Нравственная философия часто задается вопросом, какой из принципов должен быть положен в основу справедливого распределения благ. Известны три подхода: (1) максимизация общественного благосостояния (утилитаристский подход), (2) максимизируется благосостояние наименее обеспеченного члена общества (Роулсианская концепция), и (3) уменьшение разрыва между наиболее и наименее обеспеченными членами общества (эгалитаристская концепция). Основная проблема, поднимаемая в данной статье – какой из принципов разделения благ люди считают честным и справедливым. Одно из заключений автора, что для обычного человека идея о справедливости не определяется представлениями о наименее обеспеченном и среднеобеспеченном человеке в обществе, так как представления о необходимо минимальном количестве благ, которые должны быть гарантированы каждому, не сформированы. Уровень неприятия риска может оказать влияние на оценку подхода к распределению благ как справедливого.*

**Ключевые слова.** *Справедливость, справедливое распределение благ, утилитаристский подход, Роулсианская концепция, эгалитаристская концепция, неприятие риска.*

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕОРИИ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ФИНАНСОВ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ И ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ

**М.А. Федотова, А.Е. Будицкий**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье рассматривается проблема применения теории поведенческих финансов к изучению процесса принятия инвестиционных и финансовых решений. Авторы отмечают, что в настоящее время неоклассическая экономическая наука зачастую не может объяснить те или иные инвестиционные и финансовые решения. Они выделяют два подхода к изучению финансов. Первый состоит в том, что результаты изучения поведения участников рынка методами психологии используются для построения психологических моделей, второй предполагает, что экономисты анализируют эмпирические отклонения от традиционных моделей, после чего изучаются психологические аспекты поведения человека. В статье выделяются два ключевых принципа концепции поведенческих финансов. Первый заключается в том, что арбитраж на рынке ценных бумаг не является совершенным, поэтому цены на ценные бумаги отклоняются от справедливой стоимости. Вторым состоит в том, что управленцы имеют поведенческие предубеждения (самоуверенность), а инвесторы, наоборот, – рациональны. Как отмечают авторы статьи, дальнейшее развитие поведенческой науки требует регулярных социологических исследований с привлечением финансовых специалистов, психологов, экспертов в области нейронауки и др. ученых.*

**Ключевые слова:** поведенческие финансы, инвестиционные и финансовые решения, теория перспектив, модель ожиданий инвестора, фиксированная ставка дисконта, психология мотиваций, количественные и качественные исследования, психология рисков, психология высшей нервной деятельности, нейропсихология

В условиях турбулентности мировой экономики неоклассическая экономическая наука зачастую не может объяснить те или иные инвестиционные и финансовые решения. При объяснении многих событий все чаще используются принципы психологии в быстроизменяющемся мире активно развивается новая концепция – «поведенческие финансы».

Впервые термин «поведенческие финансы» появился в 50-е годы, когда профессор О.К. Бурел опубликовал работу о влиянии пси-

хологии на принятие инвестиционных решений. В 60-е годы профессор П. Словик выпустил статью, в которой впервые исследовалась взаимосвязь между психологией и финансами. Он доказал, что риск – не объективное, а скорее субъективное явление, что следует учитывать при анализе инвестиционных и финансовых решений. В 70–80-е годы Канеман Д. и Тверерски А. разработали так называемую «теорию перспектив», в которой доказали, что индивидуальные ожидания инвесторов обусловлены набором психологических факторов. Особое развитие теория «поведенческих финансов» получила после появления в 1999 году работы Шеффрина Х. «За пределами алчности и страха: понимание поведенческих финансов и психологи инвестирования». В последние годы все яснее становится, что теорию эффективного рынка следует дополнить концепцией поведенческих финансов.

Можно выделить два подхода к изучению поведенческих финансов. Первый заключается в следующем: результаты изучения поведения отдельных участников рынка методами психологии используются для построения экономических моделей. Вторым подходом предполагается, что экономисты анализируют эмпирические отклонения от традиционных моделей, после чего изучаются психологические аспекты поведения человека.

В концепции поведенческих финансов можно выделить два ключевых принципа: принцип иррационального инвестора и принцип иррационального менеджера. Первый заключается в том, что арбитраж на рынке ценных бумаг не является совершенным, поэтому цены на ценные бумаги отклоняются от справедливой стоимости. При этом менеджеры компаний рациональны и их действия направлены на максимализацию рыночной стоимости бизнеса.

Принцип иррациональности менеджера заключается в том, что управленцы имеют поведенческие предубеждения (оптимизм, самоуверенность), а инвесторы, наоборот, – рациональны.

В поведенческих финансах используются методы науки о высшей нервной деятельности. Как известно, специальные отделы мозга человека отвечают за восприятие риска. Нейромедиатор дофамин («гормон удовольствия») влияет на внимание, настроение, познание и во многом определяет поведение человека на финансовом рынке.

Теория поведенческих финансов намного точнее позволяет объяснить поведение инвесторов и финансистов в период мирового

финансового кризиса 2008 года. Можно предположить, что данные положения работают и в период рецессии 2012 года.

В условиях кризиса на финансовом рынке возрастает значение оценки бизнеса и справедливой стоимости активов. В этой связи интересно, что в 2008 году выходит книга Шефрина Х. «Поведенческий подход к оценке активов».

Суть поведенческой модели оценки активов, предложенной Шефриным Х. заключается в том, что вводится психологическое понятие «аффект», который появляется в подсознании инвестора в условиях критической ситуации. Главный вывод Шефрина Х. можно сформулировать следующим образом. Стоимость активов должна определяться, с одной стороны, с учетом принципов неоклассики и теории эффективных рынков, а с другой – необходимо учитывать стохастические характеристики поведения инвесторов. Рассмотрим ряд примеров, на которых видна важная роль поведенческих элементов в оценке юизнеса.

Традиционно в теории оценки широко используется понятие «ставка дисконтирования», которая предопределяет требуемый уровень риска, необходимый для определения текущей стоимости будущих денежных потоков компании. Указанная ставка рассчитывается, как правило, на основе модели оценки капитальных активов (Capital Asset Pricing Model – CAPM) и состоит из двух элементов: безрисковой ставки и премии за риск (коэффициент «бета», умноженный на размер рыночной премии)<sup>1</sup>. Неоднократно модель оценки капитальных активов подвергалась критике, создавались трех- и четырехфакторные модели оценки активов (кроме коэффициента «бета» в них присутствовали такие элементы, как разница между доходностями акций малых и крупных эмитентов, разница между доходностями акций компаний с высокими и низкими темпами роста и «импульсные характеристики»<sup>2</sup>. Однако различные исследования сначала доказывали, а затем опровергали способность моделей объяснить ценообразование финансовых активов. В то же время стало

---

<sup>1</sup> Напомним, что в практике российской оценки, помимо рыночной премии, добавляют поправки на размер компании, специфический риск инвестирования и страновой риск (См.: Оценка бизнеса: Учебник. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Под ред. А.Г. Грязновой и М.А. Федотовой. М.: Финансы и статистика, 2005).

<sup>2</sup> Импульсные характеристики (momentum measures) – разница между доходностями портфеля, содержащего акции с высоким уровнем премий на протяжении прошлых 2–12 месяцев, и портфеля, содержащего акции с низким уровнем премией в течение аналогичного периода (См.: Statman, M., Fisher, K.L. and Anginer, D. (2008) «Affect in a Behavioral Asset-Pricing Model», Financial Analysts Journal, Vol. 64 No. 2: 24.).

очевидно, что роль коэффициента «бета» в определении риска значительно снизилась (Karceski, 2002; Siebenmorgen and Weber, 2004).

На этом фоне активизировались специалисты, работающие в области поведенческой науки, и в 1998 году вышла статья Н. Барберис, А. Шлейфера и Р. Вишны «Модель ожиданий инвестора» (Barberis, Shleifer and Vishny, 1998), которая фактически стала основой современных рассуждений в сфере оценки риска. Годом позже в американском журнале «Financial Analysts Journal» была опубликована статья, в которой изучалось поведение инвесторов в зависимости от прогнозируемой и ретроспективной динамики роста продаж компании (Scott, Stump and Xu, 1999). В 2008 году идеи, высказанные авторами статьи, получили развитие, что привело к созданию поведенческой модели оценки активов (Behavioral Asset Pricing Model – BAPM).

В 1982–2006 годах авторы статьи провели исследования доходности компаний, которые имели положительные и негативные перспективы с точки зрения инвесторов. Результаты показали, что в таких группах показатели доходности отличаются в среднем на 4,6 процента (Ibid., at 23). Более того, это отклонение неодинаково для различных отраслей.

Таким образом, согласно исследованию можно констатировать, что ставка дисконтирования состоит из двух элементов:

- 1) объективный риск,
- 2) субъективная составляющая, определенная психологическим эффектом.

На основе анализа результатов исследования мы можем сделать вывод о том, что ориентировочный размер субъективного риска для российских компаний составляет порядка 6–7 процентов<sup>3</sup>. При этом более точное значение премии должно быть зафиксировано на основе социологических опросов различных инвесторов в части их отношения к риску.

Стоит подчеркнуть, что в рамках концепции поведенческих финансов идет активная дискуссия по поводу того, как применять процесс дисконтирования. Так, уже упомянутый Х. Шефрин полагает, что ставка дисконтирования должна варьироваться так же, как и меняется уровень риска. Вот почему «мы не можем дисконтиро-

---

<sup>3</sup> 4,6 процента плюс премия за страновой риск согласно рейтингу России (1,73%): 4,6% + 1,73% = 6,33% (Damodaran (2008) «Damodaran Online: Home Page for Aswath Damodaran» <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>).

вать прогнозируемые денежные потоки по фиксированной ставке дисконта. Вместо этого мы должны использовать модель оценки опционов, для того чтобы сделать это правильно» (Shefrin, 2008). Результаты других исследований показывают, что величина ставки дисконтирования находится под влиянием психологических и социальных факторов. Так, например, ожидаемые ставки дисконтирования начинаются на среднем уровне для юного возраста, снижаются в зрелые годы и достигают наивысшее значение в пожилом возрасте (Read and Read, 2004).

Многие экономисты подвергают сомнению даже сам принцип дисконтирования. В частности, ученые предлагают вернуться к более ранним экономическим идеям, которые предполагали исследование различных психологических мотивов для выбора между инвестиционными проектами вместо временного процесса дисконтирования (Frederick, Lowenstein and O'Donoghue, 2002). По их мнению, поиск «правильной» ставки дисконтирования – это «бесполезное занятие». С другой стороны, теория восприятия (Construal Theory) предполагает полный отказ от дисконтирования и переход на модель, основанную на психологических факторах<sup>4</sup>.

В уже упоминавшейся работе Х. Шефрина обсуждается ценообразование с использованием модели Блэка-Шоулза. Автор позитивно относится к самому процессу дисконтирования, представленного в модели. Однако с его точки зрения ставка (безрисковая ставка) для «кол» и «пут» опционов должна быть различна, что приводит к созданию так называемых «опционных улыбок», которые являются элементом поведенческой теории (Shefrin, 2008). Правда, окончательных формул для практического использования автором пока представлено не было.

Вместе с тем по результатам эмпирических исследований Д.Г. Влада и Дж. Мусумеси были выработаны более конкретные рекомендации. Изучив модель Блэка-Шоулза, авторы обнаружили, что она имеет как некоторые недостатки<sup>5</sup>, так и положительные стороны<sup>6</sup>. Ученые попытались установить взаимосвязь волатиль-

---

<sup>4</sup> «Review», *Journal of Economic Literature*, Vol. XL., June: 351–401

<sup>5</sup> Переоценка в случае «безденежных опционов» и недооценка в случае «денежных опционов». Такая же ситуация складывается при недооценке / переоценке «кол» опционов в случае низкой волатильности / высокой волатильности акций.

<sup>6</sup> Ошибка 0,03 процента в прогнозировании волатильности позволяет констатировать, что модель достаточно эффективна (См.: *Vlad, D.G. and Musumeci, J. (2008) «Investor Sentiment and the Option Pricing Model», Journal of Business & Economics Studies, Vol. 14 No. 1, Spring: 29).*



ности, применяемой в модели, с динамикой поведенческого индекса «ожидания инвестора» в течение 2000–2003 годов по наиболее торгуемым опционным контрактам S&P 500. Индекс ожиданий инвесторов был составлен по методике Службы изучения инвесторов (Investors' Intelligence Service). Начиная с 1969 года ведется статистика этого индекса, для расчета которого информационные письма делятся на «бычьи» (совет «покупать» в ожидании роста цены) и «медвежьи» (совет «продавать» в ожидании снижения цены). Индекс составляется еженедельно путем отношения бычьих (или медвежьих) рекомендаций к общему количеству объявлений. Результаты исследования превзошли все ожидания: они показали взаимосвязь индекса и волатильности – на каждое изменение индекса на 1 процент, волатильность изменялась на 0,66 процента (Vlad and Musumeci, 2008). Хотя в некоторых случаях на более длительный период времени позитивные и негативные изменения индекса имеют обратный эффект, можно утверждать, что индекс ожидания инвесторов является систематическим источником риска для модели опционов.

Представленные результаты имеют значение в части эффективности опционных методов, так как модель оценки капитальных активов и мультифакторные модели не включают поведенческую переменную как систематический источник риска. Все это дает нам основания предположить, что модель опционов *возможно* применять в оценке бизнеса на основе построения волатильности на базе индекса ожиданий, определенного для конкретного рынка.

Более того, нейроученые в процессе изучения поведенческих мотивов инвесторов на основе оценочной модели прогнозирования (Predictor-Valuation Model – PVM) пришли к выводу, что полученная формула модели PVM очень схожа с формулой оценки Блэка-Шоулза. Авторы исследования полагают, что такое совпадение не случайно и взаимозависимость двух подходов вызвана их «фундаментальной биологической взаимосвязью». Действительно, по модели Блэка-Шоулза конечная цена определяется действием многих индивидуальных мозговых отделов, которые заставляют инвестора «покупать» или «продавать» по специфическим ценам. Такая мозговая деятельность взаимодействует с оценочными механизмами, созданными для координации стимулов и возможных поведенческих актов участников рынка (Montague and Berns, 2002). Изложенное подтверждает значимость модели с позиций нейрофинансов.

Анализ более 250 работ зарубежных специалистов в области поведенческих финансов и нейрофинансов позволяет констатировать, что проводились следующие виды исследования: качественные, количественные и комбинированные. Опишем подробно каждый из них.

*1. Качественные исследования* связаны с изучением отношения различных групп инвесторов к финансовым характеристикам рынка (риск, доходность, перспективы роста компаний). Форма такого исследования представляет собой проведение интервью или опроса инвесторов (как правило, посредством электронных опросников через Интернет). Суть исследований заключается в определении мнения респондентов о перспективах роста отдельных компаний и рискованности осуществления в них вложений.

Такого рода исследования помогают ответить на ряд важных вопросов в части восприятия инвесторами перспектив бизнеса, однако существует проблема квантификации полученных результатов, что весьма важно для оценки бизнеса

*2. Количественные исследования.* В отличие от предыдущего этот тип исследования подразумевает статистический анализ аномальных явлений на финансовых рынках за определенный период времени (обычно 10–15 лет). Характер исследования выражается в применении обширного математического аппарата, в том числе регрессионного анализа, на основе полученной статистической информации. Суть исследования заключается в следующем. Предлагаются дополнительные факторы для объяснения отклонений (субъективный риск, параметр «удовлетворения», фактор ожиданий инвесторов, внешние детерминанты, такие как геомагнитные бури, солнечные (облачные) дни и некоторые другие). Далее исследователями рассматривается, насколько сильно новый фактор может объяснить выявленные аномалии. Зачастую предлагаемые факторы также не представляется возможным квантифицировать в силу их субъективного характера.

*3. Комбинированные исследования.* Особенность этого вида исследования – в совмещении элементов количественного и качественного методов. Исследование проводится в форме интервью или электронного опроса, комбинированного со статическим анализом числовых данных. Суть исследования состоит в следующем: приглашенным аналитикам (как правило, студентам бизнес-школ или слушателям программ MBA) предлагают решить определен-

ные задачи (например, решить бизнес-кейс, осуществить операции на рынке ценных бумаг). При этом исследователь применяет набор инструментов для фиксации поведения респондентов (выявление психологических качеств инвесторов, сканирование их головного мозга и некоторые другие). Главным преимуществом подобных исследований является их непосредственная связь с аналитиками и возможность в числовом виде зафиксировать результаты опросов (обследований).

В современной России, по нашему мнению, благоразумно применять все три направления. При этом наибольшее внимание должно быть уделено комбинированным исследованиям. Представляется, что это возможно осуществить следующим образом.

1. Провести социологические опросы аналитиков и инвесторов крупнейших российских компаний. Список таких компаний ежегодно публикуется авторитетным журналом «Эксперт» и является весьма востребованным в бизнес-сообществе. На этой основе можно выявить, какие компании воспринимаются с положительными перспективами на будущее, а какие – с негативными. Далее на базе ретроспективной динамики доходов компании разбиваются на четыре группы<sup>7</sup>:

- 1) хорошие перспективы – низкий рост доходов;
- 2) хорошие перспективы – высокий рост доходов;
- 3) негативные перспективы – низкий рост доходов;
- 4) негативные перспективы – высокий рост доходов.

На следующем этапе для каждой группы рассчитываются средний показатель доходности, коэффициент риска, ожидаемая и реальная доходности капитала. Опираясь на полученные данные, можно квантифицировать размер субъективного риска в разрезе различных секторов и групп компаний. В качестве методологической основы для расчета целесообразно рассматривать методику построения Индекса потребительских настроений (ИПН) и Индекса социальных настроений (ИПС), рассчитываемых российской негосударственной исследовательской организацией «Аналитический центр Юрия Левады (Левада-Центр)». Индикаторы определяются

---

<sup>7</sup> Подобная группировка компаний неоднократно проводилась в ходе исследований в области поведенческих корпоративных финансов (См.: *Scott, J., Stumpp, M. and Xu, P.* (1999) «Behavioral Bias, Valuation, and Active Management», *Financial Analysts Journal*, July – August: 49–57; *Journal*, Vol. 64 No. 2: 20–29).

ежеквартально порепрезентативной выборке 2 000 человек и на протяжении всей истории существования доказали свою эффективность в части правильности отражения психологических ожиданий и субъективных настроений потребителей. Следует отметить, что в составе ИПС определяется Индекс ожиданий (ИО), который отражает представления индивидов о ближайшем будущем на микро- и макроуровнях. Именно этот индикатор более всего подходит для применения в рамках поведенческой модели оценки активов СВАРМ как базы для расчета субъективного риска.

По каждому вопросу анкеты строится индивидуальный индекс, равный разности процентных долей в «положительных» и «отрицательных» ответах инвесторов. Для устранения отрицательных величин прибавляется величина 100. Итоговый индекс строится как средняя арифметическая величина индивидуальных индексов по каждому опрошенному аналитику.

Единственная проблема, с которой можно столкнуться в процессе расчета, – неосуществимость анализа исторических данных о перспективах роста компаний, поскольку неизвестны ожидания инвесторов в предшествующих периодах. Тем не менее эта проблема может быть элиминирована путем нахождения зависимости между субъективными индикаторами «Левада-Центра» и индексами ожиданий инвесторов и их дальнейшей экстраполяции на прошлые периоды.

2. Следующим направлением исследования проблем поведенческой оценки является использование комбинированного метода для оценщиков и специалистов, которые в своей деятельности периодически проводят оценку. На первом этапе респондентам задаются вопросы, касающиеся их персональных качеств и социокультурных особенностей (возраст, пол, образование, профессиональный опыт, место проживания, национальность, психологические качества личности). Для анализа благоразумно использовать пересмотренный личностный опросник NEO<sup>8</sup> и типологию Май-

---

<sup>8</sup> Пересмотренный личностный опросник NEO (Revised NEO Personality Inventory, или NEO PI-R) – методика психологической диагностики личности, которая представляет собой опросник из 240 вопросов. Авторы теста – Пол Т. Коста-младший и Роберт МакКрей. Методика основана на 5-факторной модели, поэтому известна как «Большая пятерка» факторов (нейротизм, экстраверсия, открытость, приятность в общении, добросовестность). Каждый из 5 «больших» факторов, в свою очередь, подразделяется на 6 подфакторов. В 1990-е годы опросник получил широкое распространение в бизнесе и даже потеснил по ряду аспектов популярную типологию Майерс-Бриггс.

ерс-Бриггс<sup>9</sup>. После этого каждому респонденту предлагаются типовые задачи для расчета стоимости бизнеса. Сопоставление полученных результатов и характеристик инвестора позволит ответить на вопрос: как взаимосвязаны социокультурные особенности аналитика и приемы оценивания, к которым он прибегает?

Детальное изучение результатов исследований в рамках поведенческих финансов позволяет выявить целый ряд аспектов, которые могут стать основой для дальнейшего развития поведенческого оценивания (behavioral valuation). В рекомендациях специалистов, работающих в области поведенческой науки, рассматриваются как частные (расчет ставки дисконтирования), так и общие (применение моделей оценивания) вопросы.

Проведенный анализ показал, что ставку дисконтирования целесообразно определять на базе поведенческой модели оценки активов как сумму объективного и субъективного рисков на основе социологических опросов инвесторов. Ставка дисконта не должна быть фиксированной и подлежит изменению с изменением риска. Возможен даже полный отказ от проведения процесса дисконтирования в ближайшем будущем.

Роль традиционных подходов к оценке несколько снижается в связи с эвристическим характером элементов, в них содержащихся.

Представляется, что будущее оценки – в активном использовании альтернативных способов прогнозирования, основанных на объективных характеристиках, например на основе изменения динамики клиентской базы, и применения синтетических моделей оценки с учетом соответствующих поведенческих поправок.

Подводя итоги, хочется отметить, что нами представлены различные типы качественных и комбинированных исследований, которые могут быть проведены в рамках поведенческой оценки в российских условиях. Представленные исследования главным образом связаны с расчетом величины субъективного риска для модели СВАРМ и выявлением факторов, которые влияют на характер

---

<sup>9</sup> Типология Майерс-Бриггс (Myers-Briggs Type Indicator или MBTI) – используется для определения одного из 16 типов личности индивида. Она включает в себя восемь шкал, объединенных попарно. Назначение типологии и тестов – определение индивидуальных предпочтений человека, то есть какие полюса шкал ему более соответствуют. Исходя из этого, определяются четыре парные шкалы: ориентация сознания, способ ориентировки в ситуации, основа принятия решений и способ подготовки решений. Идентификатор типов Майерс-Бриггс широко применяется в бизнесе, в частности во многих крупных западных компаниях

поведенческих ошибок, возникающих при оценке рисков и принятии инвестиционных и финансовых решений.

Полагаем, что дальнейшее развитие поведенческой науки обуславливается проведением регулярных социологических исследований по вопросам поведенческой оценки с привлечением к этой проблеме финансовых специалистов, психологов, экспертов в области нейронауки и других ученых.

### ***Литература***

Barberis, N., Shleifer, A. and Vishny, R. (1998) «A model of investor sentiment», *Journal of Financial Economics*, 49: 307–343.

Frederick, S., Lowenstein, G. and O'Donoghue, T. (2002) «Time Discounting and Time Preference: A Critical Review», *Journal of Economic Literature*, Vol. XL., June: 351–401

Karceski, J. (2002) «Returns Chasing Behavior, Mutual Funds and Beta's Death», *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, Vol. 37 No. 4: 559-593;

Montague, P.R. and Berns, G.S. (2002) «Neural Economics and the Biological Substrates of Valuation», *Neuron*, Vol. 36, October 10: 280

Read, D. and Read, N.L. (2004) «Time Discounting Over A Lifespan», *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 94: 22–32.

Scott, J., Stumpp, M. and Xu, P. (1999) «Behavioral Bias, Valuation, and Active Management», *Financial Analysts Journal*, July – August: 49–57.

Shefrin, H. (2008) «A Behavioral Approach to Asset Pricing», 2nd Edition, *Academic Press Advanced Finance Series*, Elsevier, Oxford: 335.

Shefrin, H. (2008) «Ending the Management Illusion. Eliminate the Mental Traps That Threaten Your Organization's Success», *McGraw-Hill*, London: 86.

Siebenmorgen, N. and Weber, M. (2004) «The Influence of Different Investment Horizons on Risk Behavior», *The Journal of Behavioral Finance*, Vol. 5 No. 2: 75–90.

Vlad, D.G. and Musumeci, J. (2008) «Investor Sentiment and the Option Pricing Model», *Journal of Business & Economics Studies*, Vol. 14 No. 1, Spring: 32.

# APPLICATION OF BEHAVIORAL FINANCE TO FINANCIAL AND INVESTING DECISION-MAKING

**M.A. Fedotova, A.E. Buditsky**  
(Moscow, Russia)

## **Abstract.**

*The application of behavioral finance theory to understanding of investing and financial decision-making is described. According to the authors investing and financial decisions can't be explained solely by neoclassical approach. There are two approaches to the study of finance. The first examines findings of market participants behavior analysis with psychological methods and builds psychological model. The second reviews deviations from traditional model and then analyses psychological aspects of human behavior. Two basic principles of behavioral finance concept are noted: (a) the arbitrage at the equity market is not perfect so security prices deviate from fair value, (b) managers are overconfident and investors are rational. Further development of behavioral science requires involvement of social researchers, financial specialists as well as psychologists and neuroscience experts.*

**Keywords.** *Behavioral finance, investing and financial decisions, prospect theory, model of investor expectations, fixed discount rate, psychology of motivation, qualitative and quantitative analysis, risks psychology, higher nervous activity neuropsychology.*

# РОССИЯ И ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ: НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ГОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТЫ

**А.Н. Чумаков**  
(Москва, Россия)

## **Аннотация**

*В статье рассматривается проблема глобализации. Автор подчеркивает, что современная Россия переживает трудный период своего развития, т.к. стоит перед необходимостью решить ряд принципиальных проблем: обеспечение социально-политической стабильности, сбалансированного экономического развития, конкурентоспособности на международной арене и др. По мнению автора, Россия должна обратиться к мировому опыту, так как человечество неизбежно приходит к идее глобализации и выступает как «совокупное целое, как планетарное явление». Автор считает, что на фоне развитого международного права отсутствует правовое регулирование в рамках всего человечества в планетарном масштабе. Также отсутствуют глобальные регуляторы общечеловеческой морали и ценностей. Автор подчеркивает, что условия встраивания России в глобальные мировые процессы является разделением властей: законодательной, исполнительной, судебной и власти свободной персы. В статье отмечается, что развитие частной собственности и демократии в России, преодоление коррупции и социально-экономического кризиса является важным условием для дальнейшего развития страны.*

**Ключевые слова:** *глобализм, социально-политическая стабильность, сбалансированное развитие, общечеловеческая мораль и общечеловеческие ценности, общественные отношения, реализм, прагматизм, стратегическая перспектива, разделение властей, гражданское общество.*

Современная Россия, тесно вписанная в контекст глобальных отношений, переживает трудный период своего развития, так как стоит перед необходимостью решить ряд принципиальных проблем, среди которых первостепенными являются обеспечение социально-политической стабильности, сбалансированного развития страны и ее конкурентоспособности на международной арене. Без этого в условиях многоаспектной глобализации не только разрушатся устои государства, но и само оно станет изгоем в делах международных, в то время как человечество в целом все больше будет становиться целостной, взаимозависимой системой. Вот почему, рассуждая об условиях преодоления наметившейся стагнации и путях развития России, следовало бы в первую очередь обратиться к мировой ситуации, где также есть ряд принципиальных проблем,



оказывающих колоссальное влияние на национальное развитие различных стран и народов.

В этой связи подчеркнем, что важнейшим противоречием современной эпохи является то, что мировое сообщество под влиянием многоаспектной глобализации все больше становится единой целостной системой практически по всем основным параметрам общественной жизни, и в то же время продолжает оставаться поделенным на «национальные квартиры», т.е. являет собою конгломерат самодостаточных, независимых, суверенных государств. Иными словами, человечество как совокупное целое, как планетарное явление, впервые упомянутое в таком качестве еще в 30-е годы прошлого века В.И. Вернадским, наконец, как активное начало и субъект действия в системе «общество-природа» полностью сложилось к началу XXI века. Однако в отличие от государственных образований, регулируемых посредством различных институтов, основанных на соответствующих морали и праве, человечество, обретая целостные контуры, общие проблемы и общую судьбу перед необходимостью выживания, практически не продвинулось также далеко в формировании механизмом управления этой целостностью.

Достаточно сказать, что на фоне уже вполне развитого международного права, регулирующего отношения между отдельными государствами или группами государств, глобального права, которое было бы действенно в масштабе всего человечества, сегодня не существует. И дело не только и не столько в том, чтобы общезначимые для всего человечества законы сформулировать, а в том, что отсутствуют как механизмы принятия таких законов, так и инструменты их реализации в планетарном масштабе. В национальных государствах такую роль выполняют органы юстиции и силовые подразделения, органично вписанные в структуру государственной власти, более или менее четко разделяемой, как правило, на власть законодательную, исполнительную и судебную. Ничего подобного применительно ко всему человечеству пока не существует.

Немногим лучше обстоит дело и с общечеловеческой моралью – вторым (наряду с правом) важнейшим регулятором общественных отношений. Здесь хотя уже и обозначилась определенная система общечеловеческих норм поведения (не убий, не укради, не лжесвидетельствуй и т.п.), а также соответствующих им общечеловеческих ценностей и неотъемлемых прав человека (право на жизнь, свободу, собственность...), тем не менее, ситуация далека

от завершенности. Так, даже эти, казалось бы, общепринятые ценности и нормы поведения становятся предметом серьезных дискуссий и разногласий, когда дело касается их интерпретации в различных культурно-цивилизационных системах, например, Европейской, Африканской или Китайской, христианской, буддистской или исламской и т.п.

Ко всему сказанному проблема преодоления основного противоречия современной эпохи усложняется и рядом иных обстоятельств, среди которых можно указать, например, на то, что скорость перехода человечества из состояния региональных отношений к отношениям глобальным намного превышает скорость культурных трансформаций (составной частью которых является мораль и право). От все возрастающих темпов формального «взросления» человечества также существенно отстают и адаптивные возможности человека, равно как и трансформация его мировоззрения, которое хотя и наполняется все больше глобальным содержанием, тем не менее, далеко не соответствует реальному положению вещей.

В итоге и реальное поведение людей, и современные межгосударственные отношения испытывают нарастающее давление со стороны многоаспектной глобализации, требующей не только соответствующей унификации, но и перераспределения приоритетов в отношениях частей и целого в пользу последнего. Конечно, речь не идет о нивелировании различий и особенностей тех или иных субъектов общественных отношений, а тем более, о полном подчинении частей целому. Да это и невозможно, о чем достаточно хорошо свидетельствует, например, хотя бы непростой и уже значительный опыт стремящейся к объединению Западной Европы, где цивилизационное единство отдельных стран и народов постоянно натывается на их культурные различия и особенности исторического развития.

И все-таки, теоретические выкладки современной глобалистики явно указывают на то, что мировое сообщество уже в ближайшем будущем должно будет существенно продвинуться в решении отмеченного выше основного противоречия нашей эпохи. То, что это будет именно так, вряд ли стоит сильно сомневаться, а вот какую цену придется за это заплатить – вовсе не очевидно. Последний финансово-экономический кризис, серьезно затронувший и другие сферы общественной жизни, лишний раз показал, что рассчитывать на милость природы или стихийный ход событий не

приходится, а держаться за привычный порядок вещей – значит обрекать себя на повторение ошибок, только с еще более серьезными последствиями.

Отсюда для каждого современного государства, а именно они и являются основными субъектами отношений в глобальном мире, встают вопросы принципиальной важности – с кем и во имя каких первостепенных целей объединяться, какие международные программы, проекты, структуры, организации формировать и поддерживать, наконец, когда и в какой мере соглашаться на отказ от тех или иных своих суверенных прав и интересов. Проигнорировать такую постановку вопроса, а тем более, объективную ситуацию, из которой это все вытекает, никому не удастся, и дело здесь за тем, чтобы адекватно реагировать на вызовы времени.

Ясно, что в большем выигрыше окажутся те, кто будет действовать с позиции а) *стратегической перспективы*; б) *реализма* и в) *прагматизма*.

Что все это означает для России?

Действовать с учетом *стратегической перспективы* – значит на шаг опережать другие государства в осмыслении и понимании мировых тенденций, проявлять инициативу и непосредственное участие в формировании экономических, политических, социальных и иных структур завтрашнего дня. Это значит всемерно поддерживать и развивать не только экономику, но и, прежде всего, культуру, науку, образование, здравоохранение – т.е. все то, что наилучшим образом характеризует состояние здоровья любого общества.

Действовать с позиции *реализма* – значит понимать глобализацию и ее как позитивные, так и негативные последствия в качестве, прежде всего, объективного фактора исторического развития. В этом контексте не стоит излишне терзаться вопросами исключительности и самобытности своего развития – они и так никуда не денутся в силу уникальности культуры любого, в том числе и нашего народа, о сохранении которого так проникновенно говорил А.И. Солженицын. Не стоит в очередной раз возлагать на себя миссию спасителей всего человечества, равно как и строить собственный рай в одиночку в одной отдельно взятой стране, да еще во имя будущих поколений за счет поколения настоящего. Не соответствует позиции реализма и поиск врагов всегда и повсюду, что вовсе не означает, что их вовсе нет, или что противостояние и столкновение интересов различных стран и народов в условиях глобализации ос-

лабевают. Скорее наоборот, противоречия растут и обостряются, а каждое государство преследует, прежде всего, собственные интересы. Так было и так останется, пока будут суверенные государства, которые не завтра и не так просто перестанут быть таковыми.

Все это означает, что России надо действовать еще и с позиции прагматизма и, прежде всего, во внутренней политике, где необходимо обеспечить реальное разделение властей: законодательной, исполнительной и судебной при наличии власти четвертой – свободной прессы и строгого соблюдения буквы закона, начиная с Конституции. Также необходимо полное разделение власти и бизнеса, без чего любая борьба с коррупцией обречена на провал. Действовать с позиции прагматизма – значит иметь дело не с населением и подданными, а с гражданским обществом и гражданами своей страны, которые избирают свою власть и реально ее контролируют. Прагматизм состоит и в том, чтобы реально заботиться о благополучии и процветании своего народа, состоящего из свободных, обеспеченных, а потому самодостаточных граждан, достойно живущих на собственной земле, в собственных домах и защищенных всей мощью государства и силой закона, перед которым все равны. Именно такое и только такое общество сможет успешно противостоять и внешним врагам, и врагам внутренним (бюрократии, беззаконию, коррупции). Именно в таком обществе только и будет реальная демократия. В таком обществе не могут быть плохие дороги, как не будет и позорных для Великой России плохих автомобилей или скученных жилых комплексов, – наследия тоталитаризма и коррумпированного чиновничества. Не будет беззастенчиво обобравших народ олигархов, озабоченных не благополучием и достоинством своего народа, а личной наживой и собственной выгодой. В таком обществе по определению не будет той убийственной для свободного и новационного развития страны централизации, которая сложилась к настоящему времени, как не будет запустения одних регионов и перенаселения других.

Итак, если нужно указать действительную, постоянную и самую главную проблему, без решения которой невысказана нормальная жизнь в России и достойное, цивилизованное встраивание ее в мир глобальных отношений – так это непонимание того, что причиной всему отсутствие в нашей стране сформировавшегося гражданского общества. Важно также подчеркнуть, что любые разговоры о демократии без учета этого обстоятельства превращаются в

схоластику, ибо только в гражданском обществе и возможна демократия а, следовательно, и преодоление коррупции, обретение внутренней стабильности и конкурентоспособности на мировой арене. Демократия – это функция, производная от гражданского общества, степень развитости которого и определяет уровень развития демократии. Игнорирование этой зависимости приводит, с одной стороны, к опошлению и поношению демократии как якобы порочной формы общественных отношений, а с другой стороны, к непониманию роли и значения института гражданского общества в качестве единственно цивилизованной альтернативы различным формам тоталитаризма, деспотизма и самоуправства.

Еще одно обстоятельство, которое заставляет снова вернуться к теме гражданского общества, – это настойчивые попытки найти выходы из системного кризиса. Данное обстоятельство имеет то следствие, что нарастающий страх перед глобальным системным кризисом подталкивает не только политических и иных «ответственных лиц», но и значительную часть населения к простым и скорым решениям – наведению порядка любой ценой.

Лучшее подтверждение тому найдем в «Аргументах и фактах» от 18–24 февраля 2009 г., где под рубрикой «Народ хочет порядка» 9695 человек высказалось в поддержку позиции Ильи Глазунова, который в предыдущем номере этой газеты, отвечая на вопрос «Какой быть России?», отстаивал идею возвращения монархии и наведения порядка «сверху». Его оппонент – экономист Евгений Ясин, отвечавший на тот же вопрос и выступавший за то, чтобы была «не сильная рука, а сильные мозги», чтобы люди стали хозяевами собственной судьбы, получил лишь 5065 читательских голосов.

Итак, народ нашей страны, если судить по приведенным данным, в большинстве своем хочет порядка. Но сам-то народ на 2/3 попросту «умывает руки» и ждет этого порядка «сверху», от «сильной руки», которая, как правило, чистой не бывает... Конечно, можно указать причины, дать обоснование, привести аргументы, а можно и прямо сказать – это рудименты нашего тоталитарного и далеко еще не преодоленного наследия.

Однако в условиях глобального мира, интенсивных экономических и культурных связей, наконец, открытости информационных границ порядка и в то же время процветания общества не будет, если за порядок не будут нести ответственность сами граждане. Подчеркиваю – не подданные, не вассалы, а граждане, которые в отли-

чие от первых обладают не мнимой, а реальной свободой – свободой, не дарованной или пожалованной «сверху», а обеспеченной нажитой честным трудом и защищенной законом собственностью, позволяющей человеку вести достойный образ жизни и быть независимым от чьего бы то ни было произвола.

Таким образом, чего нам недостает в первую очередь, так это многочисленного класса собственников – среднего класса, который, собственно, и является «становым хребтом» гражданского общества. Нет, соответственно, и общественных инструментов, действительно выражающих волю именно этого класса, если точнее (применительно к нашей реальности), то пока еще только зачатков такого класса. Речь, как минимум, о соответствующей политической партии. Нам нужна «Партия среднего класса»! Она и называться должна именно так, чтобы четко зафиксировать цель и вывести за скобки всех, кто в борьбе за голоса избирателей нещадно (и порой бесстыдно) эксплуатирует привлекательные и в то же время удобные для манипуляции понятия «родина», «народ», «демократия», «единство», «справедливость» и т.п.

Это особенно важно сегодня, когда наше общество в компании авторитарных и коррумпированных государств все больше втягивается в опасную «зону турбулентности», спровоцированную глобальным кризисом, когда все менее уверенно звучат голоса государственных и общественных деятелей относительно путей и сроков преодоления негативных тенденций, когда, наконец, мы не видим адекватной реакции властей на недовольство значительной части избирателей нарушением их законных прав.

Но какая связь между гражданским обществом, демократией и угрозой со стороны системного кризиса? Самая непосредственная, хотя и не всегда очевидная. Рыночная экономика устроена таким образом, что кризисы являются ее составной частью. Время от времени они «ставят на место» чересчур «заигравшийся» бизнес и потакающих этому политиков, хотя основное бремя их преодоления ложится, по сути, на плечи широких слоев населения. Поэтому кризис с позиции каждой страны, в том числе и России, надо разделять на внешний и внутренний.

Говоря о внешнем кризисе, следует подчеркнуть, что здесь ситуация зависит в первую очередь от ведущих мировых держав: США, Западной Европы, Китая, Японии и др., без позитивных изменений в которых мировая ситуация не выправится.

Внутренний же кризис – это (помимо внешнеэкономической и внешнеполитической детерминации) проблема социально-политического устройства страны, где вопросы гражданского общества и демократии оказываются главными. Кризис можно, если не полностью преодолеть, то значительно ослабить, если абсолютное большинство населения окажется вовлеченным в такой процесс. Широкие слои населения должны почувствовать не только необходимость, но и личный интерес в решении стоящих перед обществом проблем. Однако у людей должна быть собственность, которой они дорожили бы и за которую несли бы полную ответственность, что и составляет основу гражданского общества. Когда же такой собственности не имеется, то и терять особенно нечего, а, следовательно, и не за что бороться. Как результат – люди не видят своего места в мерах и усилиях, предпринимаемых властями. И те, и другие живут своей обособленной жизнью, несмотря на все разрастающийся кризис.

Но он-то как раз и может помочь. Кризис – это шанс наконец-то взяться за реформы и приступить к построению гражданского общества. Для России, задыхающейся от непомерно разросшейся бюрократии, чиновничества и коррупции, сегодня это самая важная задача! Пора уже от разговоров о становлении демократии и укреплении демократических институтов, перейти к реальному формированию гражданского общества, которое, как уже отмечалось, и является необходимым и главным условием существования реальной демократии.

А важнейшей задачей для нашей страны, где население и по сей день в большинстве своем живет еще необоснованно бедно, должно стать, в первую очередь, решение жилищной проблемы. Только не путем многоэтажного строительства, пригодного разве что для офисной работы, а посредством освоения бескрайних просторов огромной страны. Российские граждане, как и подавляющее большинство состоятельных граждан развитого мира, должны жить на собственной земле, в собственных домах. Частные владения и поселения, соединенные хорошими дорогами – это не только реально, но и архиважно для современной России. Все необходимое для решения такой задачи в нашей стране есть: бескрайние просторы свободной, в лучшем случае, плохо используемой земли, всевозможные строительные материалы, о которых другие народы могут только мечтать, финансовые, энергетические, людские

ресурсы... Россия может и должна быть, как Америка, Канада, Австралия или даже уплотненная Европа преимущественно одно- и двухэтажной.

Правительство страны просто обязано воспользоваться благоприятной обстановкой, чтобы, наконец, избавиться от тяжелого наследия прошлого, когда в стремлении контролировать и регулировать личную жизнь людей, организовывали ее по принципу «все должно быть на виду, под присмотром». Квартира в многоэтажке и шестисоточная «дача» в кооперативе (товариществе) – не что иное, как различные формы коллективного сосуществования, колхозного образа жизни. Все это хорошая основа для выстраивания и функционирования «вертикали власти», построения «суверенной», «управляемой» и т.п. демократии, а в конечном счете, и для расцвета коррупции, но только не для построения гражданского общества и установления действительно демократических институтов и отношений.

Впору вспомнить и столыпинскую реформу, переосмыслив ее применительно к современным условиям. Не стоит чураться и зарубежного опыта. Как в эпоху Великой депрессии США или Германия выходили из кризиса посредством строительства автобанов, так и стагнирующей сегодня России необходимо вовлечь огромные массы населения в строительство собственного жилья и дорог. Для этого необходимо бесплатно выделять просторные участки земли, беспроцентные многолетние кредиты, максимально поощряя мелкий и средний бизнес в сфере строительства, производства материалов, мебели и т.п. Иными словами, следует создать соответствующие условия и большая часть населения России окажется занятой делом принципиальной важности. Это и будет тот импульс, то звено в общей цепи, за которое сегодня наиболее реально можно и нужно вытаскивать наше общество из кризиса. Во всяком случае, во внутренней жизни страны за это надо браться в первую очередь, основательно и на долгую перспективу, решая комплексно не только экономические или социальные, но и назревшие политические задачи.

Итак, от обретения частной собственности, разделения властей и верховенства закона к свободе; от свободного человека к гражданину и, как следствие, к гражданскому обществу; от гражданского общества к демократии; от демократии к преодолению коррупции, кризиса и иных напастей. Таков путь реальной практи-



ки. В теории же, как справедливо заметил в свое время Леонардо да Винчи, наблюдая следствия, мы постигаем естество причин. Поняв причины, мы познаем природу следствий.

Вот почему, когда вокруг столько разговоров о том, как преодолеть социально-политическую нестабильность в стране, как выстоять и преуспеть в глобальном мире, я задаюсь вопросом: где та вершина, с которой можно увидеть решение этой задачи?

## **RUSSIA AND CHALLENGE OF MODER TIMES IN NATIONAL AND GLOBAL CONTEXT**

**A.N. Chumakov**  
(Moscow, Russia)

### **Abstract.**

*In the article the problem of globalization is analyzed. Russia is at a difficult stage of development because it is necessary to solve pressing problems: provide social and politica stability, balanced economic development and world competitiveness. According to the author world experience vital for Russia because of globalization. In spite of international law existance there is a lack of legal regulations and moral and values regulation on a worldwide scale. Essential condition of Russia integration into global processes is the separation of powers into branches: legislative, executive, judicial and independant media. The paper considers privat property and democracy development in Russia, counteractions against corruption and social and economic crisis.*

**Keywords.** *Globalism, social and politica stability, balanced development, universal moral and universal values, social relations, realism, pragmatism, strategic perspective, separations of powers, civil society.*

# КОРРУПЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**А.В. Юревич, А.Л. Журавлев**

(Москва, Россия)

## **Аннотация**

Авторы рассматривают коррупцию как одну из основных проблем современной России, имеющую ярко выраженный психологический аспект. Рассматриваются возможности психологической науки и практики в противодействии коррупции, такие как изменение толерантного отношения к ней в нашем обществе, мобилизация населения на борьбу с ней, психологический мониторинг законопроектов, тестирование чиновников с помощью специальных психологических методик и др.

**Ключевые слова:** коррупция, коррупционное поведение, психологическая наука и практика, массовое сознание, формальные и неформальные отношения, законопроекты, неюридические меры.

## **Коррупционный образ жизни.**

В мировом рейтинге коррупции Россия сейчас занимает 154 позицию из 178 возможных (<http://www.transparency.org>), соседствуя с такими государствами, как Кения, Конго, Новая Гвинея и Папуа, причем в этом рейтинге еще в 2000 г. она находилась на 82 месте, за истекшее десятилетие вдвое ухудшив свои позиции. Негативная динамика наблюдается и по другим параметрам. Объем коррупционных сделок увеличился в нашей стране с 40 млрд. долл. в 2001 г. до 300 млрд. долл. в 2006 г. (Глинкина, 2010). Средний размер взятки с конца 1990-х к концу 2000-х гг. возрос в 13 раз, достигнув 130 тыс. долл. По некоторым оценкам, коррупционерами у нас являются 90 % чиновников (Глинкина, 2010). Возможно, эта цифра завышена и к тому же зависима от неоднозначности вопросов о том, что считать коррупцией и кого называть чиновниками. Но то, что в среде наших государственных и муниципальных служащих коррупция представляет собой широко распространенное явление, едва ли может вызывать сомнения.

При возрастании масштабов коррупционной деятельности расширяется и ее «объект». За деньги сейчас продаются не только традиционные услуги чиновников, но также должности, звания, награды, места в представительных органах и многое другое, что продаваться не должно. «Цели участников коррупционных сделок не ограничиваются материальными траншами, включая в круг при-

тязаний переизбрание на выборах, сохранение должности в административной иерархии, новые деловые возможности», – отмечает С.П. Глинкина (Глинкина, 2010, с. 236). Приводятся расценки на депутатские места в Государственной Думе (Цепляев, 2011, с. 4), где заседает подозрительно много сверхбогатых людей. Статьи в наших газетах публикуются под такими заголовками, как «Генеральская должность в Москве стоит миллион долларов», «Коррупционеры украли танковый полк» (См.: 3) и т.п., причем на подобные темы публикуется и немало «заказных» статей, которые тоже являются продуктом коррупции, в данном случае коррумпированности журналистов. И закономерно, что все чаще звучат такие утверждения, как «страна абсолютно и полностью погрязла в коррупции» (Болдырев, 2010, с. 460), «практически любые контакты власти и бизнеса в современной России строятся на коррупционной основе» (Глинкина, 2010, с. 444) и др.

Исследователи проблемы подчеркивают, что «Коррупция – многоаспектное, многоуровневое<sup>1</sup>, системно организованное социальное явление, интегрирующее в себя экономическую, юридическую, социальную, управленческую, этическую и даже политическую составляющие, что предопределяет необходимость междисциплинарного анализа этого явления» (Глинкина, 2010, с. 429). Естественно, в нем присутствует и психологическая составляющая (имея самостоятельное значение, она органически включена также в перечисленные составляющие – социальную, управленческую, этическую и др.), и отечественная психологическая наука просто *обязана* – перед самой собой и перед нашим обществом – включиться в его междисциплинарное изучение, а психологическая практика – в его профилактику и искоренение.

Вместе с тем, в нашей стране психология лишь в последнее время присоединяется к сообществу научных дисциплин, изучающих коррупцию<sup>2</sup>. Справедливо отмечается, что «В современной научной литературе отражены результаты исследований природы становления коррупции с позиций экономики, политики и права,

---

<sup>1</sup> Одна из основных классификаций ее форм основана на различении бытовой, деловой и политической коррупции, хотя, естественно, можно выделить и другие ее виды. Например, Д. Кауфман выделяет такие, как «скупка государства», влияние на государство и административная коррупция (См.: 3).

<sup>2</sup> В зарубежной психологии исследования коррупции более продвинуты и преимущественно сосредоточены на влиянии психологических измерений макрокультуры, предложенных Г. Триандисом, Э. Холлом, Г. Хофстеде, С. Шварцем и др., на коррупцию.

психологические же особенности формирования коррумпированного поведения у госслужащих не изучены» (Социально-психологические исследования криминальной деструктивности личности сотрудников правоохранительных органов, 2010, с. 188). Тем не менее, *психология коррупции* как самостоятельная и перспективная (к сожалению!) область психологического исследования у нас формируется. Прорисовываются и ее основные составляющие: 1) психология коррупционеров, 2) психология коррумпирующих, т.е. дающих взятки и т.п., 3) изучение отношения общества к проблеме коррупции и к ее конкретным компонентам, 4) исследования социально-психологических процессов, влияющих на коррупцию.

В частности, в психологических исследованиях сотрудников органов внутренних дел, осужденных за коррупцию, выявлено, что они обладают такими качествами, как тенденция общаться с небольшим количеством людей, повышенная осторожность при установлении близких отношений, отсутствие жалости по отношению к жертвам коррупции и др. (Социально-психологические исследования криминальной деструктивности личности сотрудников правоохранительных, 2010). При этом выяснилось, что психологический профиль коррупционеров близок к профилю бывших сотрудников правоохранительных структур, осужденных за общеуголовные преступления, а, осуществляя свою противоправную коррупционную деятельность, они считают, будто *расплата за нее не наступит никогда* (там же). Для них характерны такие виды психологической защиты, как *отрицание и компенсация*, убежденность в том, что жертвы коррупционных преступлений сами часто совершают такие преступления, что якобы оправдывает коррупцию. Именно данное убеждение во многом позволяет коррупционерам отрицать свою коррупционную деятельность как *преступление* («все так делают, кто-то больше, а кто-то меньше»). Существенно подчеркнуть и то, что в описанных исследованиях выявилась взаимозависимость коррупции и склонности к агрессии, хотя прямой агрессии в коррупционном поведении, как правило, не проявляется. На этой основе исследователи формулируют предположение о том, что одним из главных факторов склонности к коррупционному поведению является скрытая агрессия (там же), а, стало быть, высокая агрессивность как одна из главных характеристик социально-психологической атмосферы современного российского общества (Юревич, Ушаков, Цапенко, 2007), вносит большой вклад и в высокий уровень его коррумпированности.

Отчетливо проступают и три важных свойства, проявляемых нашим массовым сознанием в связи с коррупцией, которые имеют непосредственное отношение к нашей массовой психологии. Во-первых, относительно толерантное отношение к этому явлению – как к повсеместному («воруют-с», «все берут» и т.п.), неискоренимому и неизбежному «минимальному уровню зла», не заслуживающему серьезного осуждения. Как пишет Ю.Ю. Болдырев, «сама идея нормальности «минимума коррупции» уже выводит это явление из числа смертных грехов и переводит в разряд неабсолютного зла» (Болдырев, 2010, с. 457). Во-вторых, выраженное осуждение в нашем массовом сознании вызывают не сами по себе акты коррупции, а лишь запредельные размеры взяток, в особенности если они «непропорциональны» должности коррупционеров, например, недавний случай, когда рядовой следователь требовал с предпринимателя взятку в 3 миллиона долл. (если бы взятка имела более скромные размеры, скорее всего, этот случай огласки бы не получил). В-третьих, как и во многих других ситуациях, проявляется система двойных стандартов: «я и мое окружение – другие». Свое собственное коррупционное поведение, равно как и аналогичное поведение родных и близких, воспринимается как вынужденный ответ на объективные обстоятельства («не подмажешь – не поедешь» и т.п.), не ассоциируется с коррупцией и не получает негативной эмоциональной оценки, в то время как аналогичное поведение других лиц рассматривается как коррупционное и выражающее их негативные личностные качества. Подобная «асимметрия восприятия» органично вписывается в закономерности атрибуции ответственности, хорошо известные в социальной психологии (Андреева, 1997 и др.).

Достаточно очевидно проявляется и социально-психологическая особенность нашей культуры, создающая благоприятную среду для коррупции. Она состоит в *приоритете неформальных социальных отношений над формальными*, «не уставных» над «уставными», очень характерном для современной России и для других обществ, не изживших элементы патриархальности. Как отмечает С.П. Глинкина, «Характерной чертой организации современного российского общества, в частности власти и бизнеса, является формирование неформальных сетей, которые структурируются на различных системах ролевых ожиданий (семейных, дружеских, этнических, клановых, религиозных, корпоративных). Неформальные

сети имеют множество целей и включают различные виды деятельности. Они строятся на принципах взаимопомощи и солидарности, создают свои системы правил, соблюдение которых является приоритетным по отношению к нормам государства» (Глинкина, 2010, с. 223). В результате такая форма коррупции, как обмен ненормативных услуг на деньги, дополняется такими ее видами, как обмен услуг на услуги, обмен услуг на приобретение более высокого статуса в различных социальных структурах, и многие другие<sup>3</sup>. «Взятка – пишет В. Радаев – это всего лишь примитивная начальная форма отношений, которая опосредует короткие (разовые) взаимодействия и характерна преимущественно для чиновника мелкой и средней руки, а также для представителей малого бизнеса. Элементарная взятка перерастает в систему обмена услугами, которые уже не принимают денежную форму и даже не сводятся к личным подаркам-подношениям» (Радаев, 1998, с. 162). Вместе с тем подобные виды коррупции, в отличие от ее денежных форм, вообще не предусмотрены законодательством, что создает для них практически не ограниченное пространство.

Клановость, кумовщина, «банановый»<sup>4</sup> механизм приближения к власти, очень характерные для нашей культуры, не преследуются законом, однако создают массовую коррупционную среду, в которую денежные формы коррупции вписываются очень органично. Симптоматично, что жены наших высоких чиновников часто оказываются «успешными предпринимателями», зарабатывающими в десятки раз больше своих мужей. А сами чиновники, оставляющие свои высокие посты, как правило, уходят в коммерческие структуры, где активно используют свои прежние связи, что создает крайне благоприятную среду для коррупционных отношений, хотя и не проявляющихся в открытой денежной форме. Справедливо от-

---

<sup>3</sup> Следует подчеркнуть, что в «словаре коррупция (от лат. *corrumpere* – портить) определяется как использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав в целях личной выгоды, противоречащее установленным правилам» (Социально-психологические исследования криминальной деструктивности личности сотрудников правоохранительных органов, 2010, с. 191). В международных документах, определяющих коррупцию, взятки в денежной форме тоже не упоминаются.

ой тели пытаются вознаградить их доброту куротивоположность, когда турах.чего взамен своих зарплату.абы хотя и не проявля

<sup>4</sup> Появление этого термина связано с тем, в т.н. «банановых» республиках вся родня их президентов, как правило, тоже состоит во власти. В нашей стране, конечно, не так, точнее, не совсем так, но важнейшую роль играет то, кто с кем учился, кто на ком женился, кто с кем тренировался у общего тренера и т.д.

мечается, что «Не работает у нас и норма о конфликте интересов: когда личные чаяния должностного лица вступают в противоречие с его служебными интересами» (Цепляев, 2011, с. 4) – в отличие от западных стран, где чиновник обязан незамедлительно сообщать о подобных конфликтах. Для нашей культуры характерны и такие выражения, как «искать выход на ...» (далее указывается имя большого начальника)), и широкая распространенность соответствующих моделей поведения, например, то, что многие наши сограждане, попав в какую-либо неприятную ситуацию, например, в ДТП в качестве их виновников, тут же начинают звонить не в ГАИ и не в службу Скорой помощи – чтобы она была оказана пострадавшим, а своим друзьям и знакомым – дабы их выручили, «отмазали» и т.п. Как пишет Б. Дубин, «реформаторы постсоветских лет<sup>5</sup> воспитали лукавого гражданина: не доверяющего власти, но полностью от него зависящего, готового взаимодействовать с государством только через «черный ход» беззакония» (Дубин, 2011, с. 19). Привычка добиваться чего-либо «по знакомству», «по блату» и т.п. органически внедрена в наш менталитет и, крайне актуальная во времена всеобщего дефицита, сохранилась и поныне, будучи теперь обращенной не на товары народного потребления, а на другие цели.

Надстраивание коррупции над системой неформальных, «не уставных» отношений, обладающих в нашем обществе приоритетом над отношениями формальными и «уставными», способствует формированию определенной структуры коррупции, придавая ей *организованный характер*: «Коррупционер-одиночка» в современной России – вымирающий вид. Ему на смену пришли неформальные структуры – коррупционные сети. Происходит процесс «корпоративизации коррупции» (Глинкина, 2010, с. 443). В этих «сетях» отчетливо выражены как горизонтальное, так и вертикальное измерения. Первое – когда, например, «трясти палаточников» приходят двое полицейских, и невозможно представить, чтобы один из них брал с них «дань», не делаясь ею с другим. Второе – в виде построения коррупционных структур в виде «коррупционных вертикалей»,

---

<sup>5</sup> Их часто называют *псевдолибералами* в виду их большого отличия от истинных либералов. Как пишет С.В. Кортунов, «либерализм – это не Чубайс, Бурбулис, Авен, Явлинский, Хакамада и Гайдар. И уж совсем не Горбачёв и Ельцин. Либерализм – это Ф. Вольтер и Д. Дидро, Ш. Монтескье, П. А. Гольбах и Б. Франклин, Дж. Гоббс и Дж. Локк, Ж.-Ж. Руссо и М. Вебер, Т. Грин и Ф. Рузвельт (Кортунов, 2009, с. 193-194). А основатели российского либерализма – Б.Н. Чичерин, М.М. Сперанский, П.Н. Милюков – были бы сильно удивлены, если бы узнали, кого принято называть либералами в современной России.

в рамках которых низшие чины непременно делятся с вышестоящими, те – со своим начальством и т.д. И то, и другое порождает коррупционную «трясину», в условиях которой практически невозможно остаться некоррупцированным, а если такой человек появляется – от него стремятся избавиться, коррупционеры «своих не сдают» и горой стоят друг за друга, что-либо изменить в соответствующих организациях можно только извне и при том лишь при личном участии высокого начальства. Все это не только придает коррумпированным организациям характер «боевых единиц» и делает их очень устойчивыми, но и порождает хорошо известный в психологии и за ее пределами феномен дестрибуции вины и ответственности. В частности, «субъективное восприятие риска снижается, если чиновник делится взяткой с начальством, продавец отдает часть «отката» руководителю фирмы и т.д. И чем многочисленнее сеть участников коррупционной сделки, тем чувство вины меньше, как, впрочем, и риск испортить репутацию в случае разоблачения» (Глинкина, 2010, с. 443).

Следует отметить и то, что в нашей отечественной культуре весьма размыты границы между собственно взяткой и тем, что рассматривается как благодарность. При этом еще с советских времен принято считать, что некоторые виды услуг предполагают благодарность, причем не в устной, а в товарно-денежной форме, в качестве само собой разумеющейся – несмотря на то, что оказывающие такие услуги должны это делать в силу своего служебного положения. Так, считается просто неприличным, придти, например, к врачу и не подарить ему коробку конфет (или горячительный напиток, если врач мужского пола). Подобные поступки воспринимаются у нас не как коррупционные, а как выражающие лишь естественную человеческую благодарность, тем более что их адресат ничего не требует взамен своих услуг. Однако подобные формы поведения встречают полное непонимание в других культурах. Наши эмигранты на Брайтон Бич ставят в полное недоумение американских полицейских, пытаясь им заплатить за то, что они выполняют свою работу. Добрые финские транспортные полицейские превращаются в свою противоположность, когда наши водители пытаются вознаградить их доброту денежной купюрой<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Вообще поражает асимметрия отношения к коррупции у нас и в других странах. В Китае, например, с 2000 г. за нее были расстреляны 10 тыс. чиновников и около 120 были осуждены на сроки от 10 до 20 лет (Тудоровский, 2011, с. 18).



В общем, можно сделать очень неутешительный вывод о том, что коррупция в России, особенно в современной, «это больше, чем коррупция», даже при самом широком толковании последней, характерном для международных программ борьбы с нею. Коррупция – это важный элемент *нашего образа жизни*, что признают и некоторые наши высокопоставленные чиновники (Гудков, 2010), и показательно, что, согласно данным различных опросов, сейчас практически невозможно найти россиянина, который если не брал бы, то, по крайней мере, время от времени не давал бы взятки в той или иной форме.

### ***Психологические факторы борьбы с коррупцией.***

Естественно, в предлагаемых мерах противодействия коррупции в современной России нет недостатка, причем, что тоже естественно, в основном предлагаются меры юридического характера. Трудно не согласиться с тем, что реальная, а не декларируемая борьба с ней предполагает достаточно существенные изменения нашего законодательства, а также не только ужесточение, но и *исполнение* соответствующих законов. В то же время регулярно отмечается, что одних лишь законодательных мер для решения этой проблемы явно недостаточно, что они должны дополняться другими, *неюридическими мерами*, к разработке и внедрению которых имеют непосредственное отношение и психологи.

Прежде всего, постоянно подчеркивается необходимость *воли* – власти, государства и всего нашего общества – к решению этой проблемы, дефицит которой наблюдается очень отчетливо. Как отмечает Ю.Ю. Болдырев, «проблема не в том, что никто не знает, что делать, а в том, что ни у власти, ни у общества нет главного – воли к решению проблемы» (Болдырев, 2010, с. 456). Ее дефицит, конечно, можно списать на обозначенные выше факторы – на то, что с коррупцией борются (или делают вид, что борются) в основном чиновники, значительная часть которых сама коррумпирована; коррупция по своему удобна власти, позволяя держать коррумпированных чиновников «на коротком поводке»; у нас пока не сформировано гражданское общество, которое вынуждало бы чиновников делать то, к чему они не мотивированы<sup>7</sup>; наши чиновники имеют слишком много разрешительных функций; отсутствует полноценный политический

---

<sup>7</sup> Вместе с тем, следует упомянуть и отдельные позитивные сдвиги в этом плане, например, то, что объединение усилий общественности в Интернет часто вынуждает возбуждать уголовные дела в отношении сильных мира сего и препятствует попыткам «замять» соответствующие случаи.

плюрализм и т.п. Подобные факторы действительно имеют огромное значение, что во многом придает проблеме коррупции политический характер.

В то же время большую роль играют обстоятельства, не имеющие прямого отношения к происходящему в чиновничьей среде и во властных структурах, хотя, разумеется, и зависимые от них. Так, совершенно очевидно, что практика борьбы с коррупцией для того, чтобы быть по-настоящему эффективной, должна носить *массовый* характер, не сводиться лишь к усилиям властных структур и отдельных чиновников, даже благонамеренных, а вовлекать широкие массы населения и основываться на соответствующих поведенческих практиках. Это предполагает изменение описанного выше достаточно толерантного отношения к коррупции – отношения к ней как к неизбежному, неискоренимому и не очень значительному злу.

Экономистами, социологами, представителями других социальных наук, а также публицистами доказано, что коррупция – зло *существенное*, разрушающее экономику (несмотря на обсуждавшиеся выше отдельные неоднозначные воздействия на нее) и общество в целом – например, посредством негативного влияния на нравственность, имеющую огромное значение для состояния общества в целом<sup>8</sup> (Юревич, Ушаков, 2010). Следует подчеркнуть и то, что коррупция, хотя сама по себе и является, в глазах многих, не слишком опасным и *неагрессивным* преступлением, но *лежит в основе* многих страшных преступлений, в т.ч. агрессивных. Известные события на манежной площади, проникновение террористок на взорванный ими самолет, досрочное освобождение опасных преступников и многое другое имеют в своей основе именно коррупцию. Убедительно продемонстрировано и то, что коррупция *искоренима*, о чем свидетельствуют примеры таких стран, как Сингапур, Малайзия и др., которые совсем недавно переживали очень высокий уровень коррупции, но в дальнейшем за достаточно короткие сроки добились ощутимых успехов в ее преодолении<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Существует, естественно, и обратное влияние – нравственного состояния общества на уровень коррупции. В частности, установлено, что морально-психологическая атмосфера в обществе серьезно влияет на уровень коррупции (Социально-психологические исследования криминальной деструктивности личности сотрудников правоохранительных органов, 2010). Вообще же следует говорить даже не о взаимовлиянии, а о взаимопроникновении этих явлений: коррупция – это одно из главных *проявлений* безнравственности.

<sup>9</sup> Благодаря этому, в частности, Сингапур занял первое место в мировом рейтинге стран по благоприятности условий для ведения бизнеса, что вызвало впечатляющий приток иностранного капитала, - еще одна убедительная иллюстрация влияния коррупции, в данном случае снижения ее уровня, на экономику.

И то, и другое – разрушительное влияние коррупции на все стороны общественной жизни и возможность ее преодоления – следовало бы сделать основой *образовательных программ*, которые необходимо внедрить в нашу систему образования на ее различных уровнях. В скептически настроенном, прагматичном и достаточно безнравственном обществе преподнесение проблемы коррупции исключительно в нравственной плоскости явно недостаточно, необходимо *обоснование* ее разрушительного влияния на общество и его экономику и, соответственно, *прагматического* смысла борьбы с нею. Соответствующее знание должно войти в учебники и составлять обязательную часть того знания, которым обладают наши сограждане.

Полезной была бы и *массовая пропагандистская кампания* по борьбе с коррупцией с широким вовлечением СМИ и других средств воздействия на массовое сознание, которая с учетом отношения наших сограждан к таким кампаниям, их недоверия к СМИ, тенденции нашей молодежи «все делать наоборот» и т.п. должна быть хорошо продуманной психологически. В этом плане широкие возможности открываются перед социальной рекламой и нашими многочисленными психологами, преуспевшими в ведении пиар-кампаний, к сожалению, иногда ведущихся ими не на благо общества.

Эта кампания должна быть направлена не только на изменение отношения к коррупции как к таковой – выработку отношения к ней как к злу, во-первых, значительному, во-вторых, преодолению, но и на изменение соответствующих поведенческих практик и лежащих в их основе социальных стереотипов.

Существуют две основные формы участия простых граждан, не обремененных властью и не имеющих связей с сильными мира сего, в борьбе с коррупцией. Первая – *пассивная* – форма состоит в том, чтобы, как призывают некоторые идеологи этой борьбы, «просто не давать взяток», что теоретически, конечно, возможно, но, как показывает социальная экспликация подобных случаев, позволить себе «просто не давать взятки» могут либо такие фирмы, как «ИКЕЯ», либо достаточно известные и влиятельные люди. У простых же смертных это плохо получается и отнюдь не из-за недостатка благих намерений. Вторая – *активная* – форма охватывает жалобы в соответствующие органы на взяточников, а также на живущих явно не по средствам. Причем, если первое, хотя и требует незаурядного мужества и обычно делается тогда, когда нет

другого выхода (например, чиновник требует у предпринимателя взятку, выходящую за пределы его финансовых возможностей), но получает, хотя и не всегда, общественное одобрение, то второе встречает осуждение, квалифицируется как «донос» и грубое вмешательство в чужие дела. Причины достаточно известны. Это и ассоциации с мрачными временами всеобщих доносов (поразительно, что за истекшие 60 лет мы так и не научились различать идеологические доносы и сообщения о нарушении закона<sup>10</sup>); и несовершенство наших законов; и отношение к ним как к «чужим», выражающим интересы власти, а не основной части населения<sup>11</sup>; и влияние криминального мира; и нежелание брать на себя ответственность; и недоверие к правоохранительным структурам и т.п. Однако контраст с западными странами поразителен. Бывавшие там хорошо знают, что, если, например, припарковать автомобиль в неполюженном месте, то тут же несколько человек сообщат в полицию, которая незамедлительно приедет, а то, что мы называем «доносами», там воспринимается как исполнение гражданского долга, получает полную поддержку окружающих и всемерно поощряется, в том числе материально. Моральная поддержка соответствующих практик в современной России стала бы не «возвратом в сталинские времена», за которое их пытаются выдать наши псевдолибералы, а внедрением цивилизованного, европейского (а также американского, японского и др.) правосознания и отношения к законам. Соответствующий опыт тоже следовало бы отразить в наших образовательных программах.

Существенным фактором является также *упрощение технического режима* сообщений о нарушении закона. К примеру, в Финляндии, считающейся самой некорруптированной страной мира (<http://www.transparency.org>), в любом учреждении, где посетитель может подвергнуться вымогательству со стороны чиновника, на самых видных местах обозначены адреса, в т. ч. электронные, и телефоны служб, в которые следует немедленно о нем сообщать, причем делать это можно и анонимно. Не требуется ни писать именные заявления, которых наши сограждане очень боятся, ни те-

---

<sup>10</sup> Показателен случай, когда маньяк в течение часа насиловал и убивал девушку на глазах у многоквартирного дома, ни один из жильцов которого так и не позвонил в милицию, - характерное проявление нашей нынешней «культуры доносительства».

<sup>11</sup> Как свидетельствуют социологические исследования, «То, что одни называют законопослушанием, другие – доносом» (Любарский, 2006, с. 77), «Доносительство у нас не приветствуется ... стучать нельзя, потому что закон – «чужой» (там же, с. 77) и т.п.

рять время в очереди к ответственным за борьбу с коррупцией, ни тратить конверты на почтовую рассылку. Жалобы отправляются в считанные секунды по электронной почте, что чиновники хорошо знают. Разумеется, пожаловаться на них может и просто недоброжелатель, а также желающий сместить того или иного чиновника и занять его место. Но все это, естественно, учитывается правоохранительными органами, которые посылают к подозрительному чиновнику под видом посетителя своего сотрудника лишь тогда, когда количество жалоб наводит на серьезные подозрения о наличии коррупции, так что несправедливо обвиненные не страдают. Зато страдают коррупционеры, причем уголовное наказание сопровождается включением в «черные списки», находясь в которых невозможно устроиться ни на одну государственную должность в течение всей оставшейся жизни. А многие китайские чиновники, осужденные за коррупцию, выйдя на свободу, кончают жизнь суицидом, будучи не в силах вынести «потерю лица», крайне существенную в китайской культуре. Разительный контраст с современной российской реальностью, в частности, с тем, что уличенные в коррупции неплохо устраиваются в дальнейшем, в т.ч. и на государственных должностях, и отнюдь не переживают угрызений совести, выдавая себя за жертв политических репрессий.

Важным направлением участия психологов в борьбе с коррупцией является и *психологический мониторинг* законов антикоррупционной направленности, необходимость которого, что очень откровенно, сейчас признают и юристы. Проблема предварительного мониторинга законопроектов особенно актуальна для нашей страны, очень характерными для которой являются «не работающие», а то и в принципе не исполнимые законы, вырабатывающие недоверие населения к законам вообще, а также ситуация, когда принимаются нелепые и непопулярные законопроекты, которые отменяются или корректируются после того, как недовольство ими населения выливается в массовые акции протеста (чего нетрудно было бы избежать, если бы законопроекты подвергались *предварительному* мониторингу). При этом у нас по-прежнему доминирует, в том числе и в органах власти, представление о том, что разработка и принятие законов – дело юристов, а обилие в нашем главном законодательном органе спортсменов и шоуменов, а также т.н. «массовое обсуждение» законопроектов в Интернете, в возможность обратного влияния которого на обсуждаемые проекты

мало кто верит, не слишком принципиально изменяет ситуацию. Не учитывается тот принципиальный факт, что законы – это *наиболее общие правила организации социальной жизни*, в разработке которых самое активное участие должны принимать представители всех наук, изучающих человека и общество, в том числе и психологии. А их разработку следует дополнять предварительным мониторингом, который тоже должен осуществляться специалистами из разных социальных наук, включая психологов.

Среди психологических проблем коррупции и возможностей психологической науки в их решении следует упомянуть *специальные психологические методы*, среди которых в данной связи наиболее часто упоминается полиграф. Возможность проверки на нем претендентов на «взяткоемкие» должности обсуждается регулярно, а в некоторых регионах по инициативе местной администрации соответствующая практика уже внедряется. Правда, при этом постоянно подчеркивается, что проверки на полиграфе должны осуществляться на добровольной основе, при согласии самих проверяемых, что отчасти выхолащивает смысл самой процедуры. Понятно и то, какие проблемы это порождает. Во-первых, дефицит добровольцев (следует ли отказавшихся пройти проверку на полиграфе вычеркивать из списка претендентов на должность?). Во-вторых, неоднозначность интерпретации показаний полиграфа, свидетельствующих не о лжи, а лишь о наличии физиологического возбуждения при ответе на соответствующие вопросы, которое может быть следствием различных факторов<sup>12</sup>. В-третьих, возможность того, что количество прошедших проверку окажется намного меньшим, чем количество вакансий, и неясность, что делать в этом случае (принимать и кандидатуры не прошедших проверку?), что тоже выхолащивает смысл процедуры. Но несмотря на подобные сложности использование полиграфа, как и психологических тестов, открывает определенные перспективы преодоления коррупции, которые нуждаются в проработке.

---

<sup>12</sup> Один из признанных авторитетов в этой области П. Экман пишет: «хотя отношение к детектору лжи очень противоречивое, все тем не менее сходятся в одном: ложь как таковую он *не* обнаруживает. Единственное, что он делает, - измеряет интенсивность проявлений возбуждения ВНС, то есть физиологические изменения, происходящие от эмоционального волнения человека» (Экман, 2010, с. 173). Тем не менее, хотя, например, в 18 штатах США применение ДЛ запрещено, в 30 штатах он применяется, а общее количество его использований в этой стране оценивается как составляющее не менее миллиона в год (там же).

Обрисованные направления, естественно, не исчерпывают потенциальные возможности психологической науки и практики в борьбе с коррупцией. Главное же состоит в том, что такие возможности имеются, и психологии надлежит активно включиться в решение этой проблемы, которую трудно не признать – вслед за Президентом нашей страны (Парламентская газета, 2008, 7 ноября) – одной из главных проблем современной России.

### ***Литература***

Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 1997.

Болдырев Ю.Ю. Коррупция как системный порок российского капитализма // Неэкономические грани экономики: непознанное взаимовлияние / Под ред. О.Т. Богомолова. М.: Институт экономических стратегий, 2010. С. 456–474.

Глинкина С.П. Коррупция: фатальная угроза? // Неэкономические грани экономики: непознанное взаимовлияние / Под ред. О.Т. Богомолова. М.: Институт экономических стратегий, 2010. С. 427–455.

Гудков Г. Коррупция для России страшнее НАТО! // Комсомольская правда, 2010, 15 января.

Дубин Б. Эпоха большинства // Аргументы и факты, 2011, N 45 (1618).

Из послания Президента РФ Д. Медведева Федеральному собранию РФ // Парламентская газета, 2008, 7 ноября.

Кортунов С. В. Национальная идентичность: постижение смысла. М.: Аспект Пресс, 2009.

Любарский Г. Чиновники и госслужащие: когда монету ценят за герб и ругают за решетку // Социальная реальность. 2006. N 1. С. 73–79.

Радаев В. Формирование новых российских рынков. М., 1998. С. 161–168.

Социально-психологические исследования криминальной деструктивности личности сотрудников правоохранительных органов / Под ред. Д.В. Сочивко и Е.Е. Гавриной. Рязань, 2010.

Тудоровский Я. В Китае все по плану // Аргументы и факты, 2011, N 46 (1619).

Цепляев В. Брат в аппарат // Аргументы и факты, 2011, N 45 (1618).

Цепляев В., Пивоварова О. Власть от купюр // Аргументы и факты, 2011, N 44 (1617).

Экман П. Психология лжи: обмани меня, если сможешь. С-Пб.: Питер, 2010.

Юревич А. В., Ушаков Д.В. Нравственное состояние современного российского общества // Психология нравственности / Под ред. А.Л. Журавлева, А.В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. С. 177–208.

Юревич А.В., Ушаков Д.В., Цапенко И.П. Количественная оценка макропсихологического состояния современного российского общества // Психологический журнал, 2007. N 4. С. 23–34.

Grossman G., Trempl V.G. Personal incomes in the USSR // The unofficial economy. Consequences and perspectives in different economic systems / Ed. by S. Alessandrini, B. Dallago. Gower, 1987. P. 285–296.

Transparency International.

[http://www.transparency.org/policy\\_research/surveys\\_indices/cpi/2010/in\\_detail#1](http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2010/in_detail#1)

## **CORRUPTION IN MODERN RUSSIA**

**A.V. Yurevich, A.L. Zhuravlev**

*(Moscow, Russia)*

### **Abstract.**

*Corruption considered as being one of the daunting problems of modern Russia and having psychological aspects. Counteractions against corruption based on psychological science and practice analysed in the article. The authors suggest following measures: bring down level of tolerance to corruption in the society, raise people to combat corruption, psychological monitoring of bills, psychological assessment of government official.*

**Keywords.** *Corruption, corrupt behavior, psychological theory and application, mass consciousness, formal and unformal relations, bills, non-legal measures.*



# CONSUMER CONFIDENCE AND TRUST IN THE ECONOMY

**W. Fred van Raaij**

*(Tilburg, The Netherlands)*

## **Abstract**

*Psychological factors play an important role in the economy. With an increasing income, that is not only spent on basic necessities, consumers gain power. They gain power through their discretionary income and saving; the freedom they have to spend or not to spend, to save or not to save part of their income. 'Confidence' and 'trust' are important concepts in this regard. Consumer confidence in the economic policy of the government and in the development of their own income and spending power play a decisive role. With a positive confidence (optimism) consumers spend more and save less. With a negative confidence (pessimism) consumers spend less and save more. The direction and size of consumer demand is an important factor for companies selling good to consumers as well as for the economic policy of the government. In a similar way, consumer trust in companies, products and brands determines their buying behaviour and (brand, company) loyalty. In this paper, models of the determinants and consequences of consumer confidence as well as consumer trust are developed and used with Russian survey data.*

**Keywords.** *Consumer confidence, trust, income, savings.*

## *Introduction*

In Marxism and in the economic policies of the socialist economies, it is assumed that the economy is led by “objective rules” (Karl Marx). Thus, there was little or no emphasis on subjective and psychological factors in the economy, for instance, consumer confidence and trust as important determinants of consumer demand. In Marxism, it is stated that the economic conditions of people are a sufficient explanation for the situation, conditions and behaviour of workers and consumers. In communism, the economy consists of state ownership and deprivation of private and personal property. Akhmed I. Kitov (1928–2005) already stated in the 1980's that subjective factors have a strong impact on the economy, both at the aggregate (macro) level (consumer confidence, trust in the government) and at the micro level (trust in companies and brands). Akhmed Kitov was the founder of the Association of Economic Psychologists in the Soviet Union, and the first to publish a book on economic psychology in the Russian language: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ (*Economic Psychology*) (1987).

In a scarcity economy with low-income consumers, almost all consumer expenditure will be on necessities such as food, clothing and housing. Little or no income is left over for discretionary spending such as for luxury products, restaurant visits, and holiday trips. And also little income can be saved as a financial buffer for unforeseen expenditures and other future spending. In a socialist economy, the government accepts more responsibility for employment, jobs, income, health care, education of children and adults, and pensions. This means that citizens/consumers run fewer risks than in a capitalistic, neo-liberal economy. Fewer risks for consumers means that less financial buffer is needed for unforeseen expenditures such as job loss, income decrease, pension, illness and health/hospital/ physician costs. In a socialist economy, there may be fewer and less variety of products and brands to choose from. This means that consumers have less freedom to choose. Consumer expenditure can thus be better explained and predicted due to the scarcity and lower variety of goods, and less freedom for consumers to choose.

If consumer income increases, a lower proportion of the income will be spent on necessities. With a higher income, consumers get more freedom to spend or to save part of their income. And, if consumers want to spend, they have more freedom on which products, services and brands to spend their money. This means that consumers are more able to follow their preferences, and obtain more power in the economy. If consumers reduce their spending on a particular category of goods, for instance on cigarettes, companies that provide these goods, sell less, make less profit or even a loss, and run into problems, and often have to lay down some of their workers. If consumers increase their spending, for instance on smartphones, companies that sell these goods, make more profit, and have to hire more workers. If consumers save more, banks will have more capital to invest in governmental and private investment. Thus, the prediction of consumer spending and saving is thus of vital importance for governmental and business policy. Most companies sell goods and earn money from internal demand in their own country and from export to other countries. For instance, in the Dutch economy in this period of euro crisis, money is mainly earned from external demand, i.e., exporting goods to other countries, and not so much from internal demand from rather pessimistic (low confidence) Dutch consumers.

Consumer confidence is a major predictor of consumer spending and saving. If consumer confidence is high, consumers are optimistic about the future, spend more, save less, and take more credit. If con-

sumer confidence is low, consumers are pessimistic about the future, spend less, save more, and take less credit. In the member nations of the European Union as well as in other nations, consumer confidence is measured in a survey and published on a monthly basis, and provides information about future spending and saving of consumers. In a similar manner, there are regular surveys of investor confidence and producer confidence. This article, however, is focused on the determinants and consequences of consumer confidence.

### Confidence and trust.

A distinction has to be made between confidence and trust. Confidence is about the development and future of the national or international/world economy. Confidence is also about the development and future of the personal financial situation of the household. Some survey questions in the confidence survey are retrospective, about the past 12 months, and some survey questions are prospective, about the next 12 months. Some survey questions are about the national economy, and some survey questions are about the personal financial situation of the household. Four types of questions can thus be distinguished, as given in Table 1.

*Table 1.*

### **Examples of four types of survey questions.**

	<b>Retrospective questions</b>	<b>Prospective questions</b>
National economy	1. How did, in your opinion, the national economy develop during the last 12 month? Became better/worse.	2. How do you expect that the national economy will develop during the next 12 month? Will become better/worse.
Personal finances	3. How did your financial situation develop during the last 12 month? Became better/worse.	4. How do you expect that your financial situation will develop during the next 12 month? Will become better/worse.

Consumer confidence is rather similar to optimism/pessimism about the national economy and the financial situation of the household. If people are optimistic and they perceive a bright future, they are willing to spend more, take more credit and loans, and save less. If people are pessimistic and perceive/expect a dark future, they spend less, take less credit, and save more. A saving motive is then to build a financial buffer for unforeseen negative circumstances.

In this approach, it is not assumed that consumers are able to give a valid account about the present and future economic situation of the national economy and their personal financial situation. Even economists cannot always do this. The purpose of the survey is to measure opinions of consumers. These opinions may give an invalid and incomplete account about the economic situation, but the opinions are guiding their behaviour. If consumers believe that the economic situation is unfavorable, they will act accordingly. There is even a self-fulfilling prophecy. If consumers believe that the economic situation is unfavorable and act accordingly (thus spend less), the economy will become unfavorable. Low confidence and pessimism may thus lead to the economic situation that consumers fear and is unfavorable for the economy. In a similar manner, high confidence and optimism and acting accordingly (thus spend more) may lead to the economic situation that consumers want and is favorable for the economy (Katona, 1975).

Trust is different from confidence, although in many languages the same word is used for confidence and trust: *доверие* in Russian, *Vertrauen* in German and *vertrouwen* in Dutch. Trust has a concrete object. We trust or distrust banks, insurance companies, and other financial institutions. We also trust or distrust governmental institutions such as the national/ central bank, the European Central Bank, and governmental policy, for instance the policy to support the Greek and other nations' economy in order "to save the euro". Trust is a vital factor in the economy. Consumers have to trust governmental and private institutions. Institutions have to trust each other and the government. In case of distrust, less or no transactions will take place and more juridical precautions will be taken, which increases the costs and slows down the speed and effectiveness of transactions. The sociologist Niklas Luhmann (2000) states that confidence and trust are vital components for the functioning of a society.

Trust, according to Francis Fukuyama (1995), is the cultural key to prosperity. The level of trust in a society shapes the nature of economic transactions and institutions. High-trust countries are characterized by a high degree of spontaneous sociability. Individuals in these countries are able to build strong relationships outside structures as the family. High-trust countries are able to generate large corporations in modern society. People in low-trust countries are not inclined to trust people outside their family or clan. They tend to form smaller family-run firms. Traditionally, nations such as Southern Italy and China have been low-

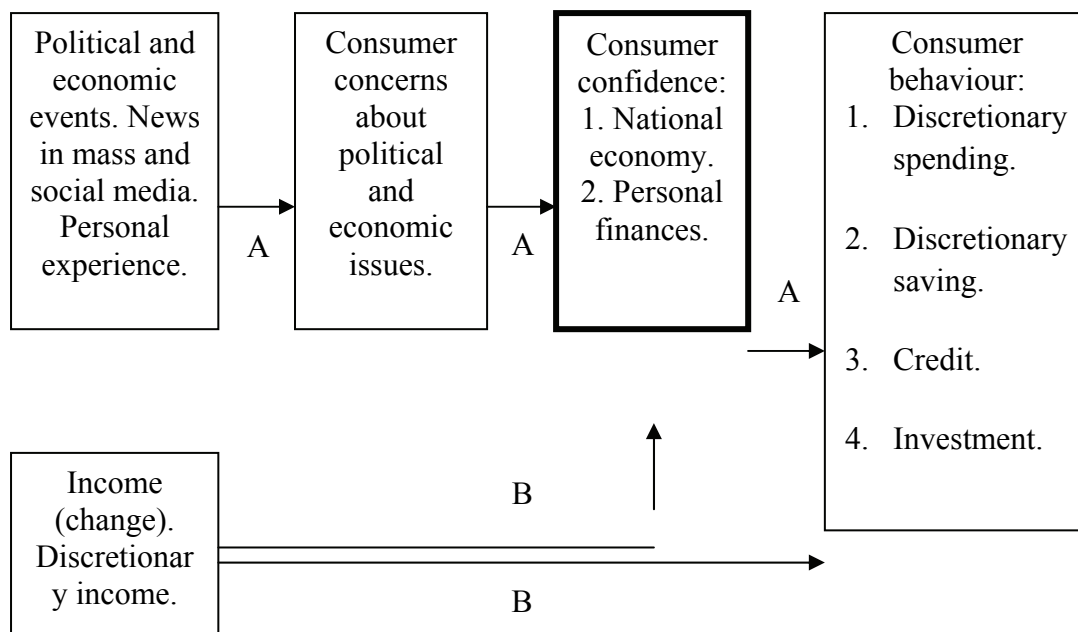
trust countries, whereas nations such as Japan, Germany, and the United States have been high-trust countries.

Trust may be defined as the belief that the bank, insurance company or other institutions will act in the customer's interest, that the institution does not exploit the lack of information (asymmetry, vulnerability) of customers, and that the institution is not (only) motivated by self-interest. Trust is especially needed if the quality of products and services cannot be completely evaluated before purchasing ("credence goods"). Another factor is that financial products such as mortgages, pensions, and life insurance, are bought as long-term contracts for periods of 20–30 years. Customers want to be as certain as possible that the financial institution is still around at the end of the contract or when a claim to the insurance company has to be made.

#### Determinants/antecedents of confidence.

Where does confidence come from? It comes mainly from political and economic news in mass media and social media, and to a lesser extent from personal experience. Consumers are exposed to television, radio, and newspapers and learn about the state of the national and international economy. The news and comments may be on economic growth or decline, stock market indexes, export, unemployment of workers, inflation rates, interest rates, and the consumer confidence index. Depending on whether this news is favorable or unfavorable, citizens/ consumers form an opinion how the economy is developing. If they are asked to answer survey questions on the development of the economy, they respond using this information from the mass media. This means that mass media have a strong effect on consumer confidence and the resulting confidence index. Mass media reporting each month on the consumer confidence index may reinforce the favorable or unfavorable development of the index and the corresponding behaviour.

Social media may also play a role when consumers give their opinions on the economy and governmental policy to other consumers and companies. With social media consumers have gotten more power to influence each other, to disseminate news, to give comments on news, to form hypes, to organize protests and even purchasing boycotts for products or brands, if the government or a company/brand "misbehaves" in their opinion. As might be expected, mass and social media have the strongest effect on the answers of the questions about the national economy (questions 1 and 2 of Table 1).



*Figure 1. Model of the determinants and consequences of consumer confidence.*

Personal experience is a determinant of the questions about the personal financial situation. Consumers know their own income changes, the development of their discretionary income, purchasing power, and their job security. Discretionary income is the net income after taxes that has not to be spent on necessities such as basic food, clothing, rent, mortgage and credit payments, insurance premiums, and other obligatory expenditures. Personal experience may also pertain to the financial situation and job security of relatives, neighbors, and friends. As might be expected, personal experience has the strongest effect on the answers of the questions about the personal financial situation (questions 3 and 4 of Table 1). In general, personal experience has a stronger effect on behaviour than news in mass media. Many people seem to consider their personal situation to be better than the situation of others, and they seem to consider their own situation as better than average. Many are perceiving themselves as an exception to the rule.

In Figure 1, the determinants and consequences of consumer confidence are placed in a model. Political and economic events and news about these events in mass and social media affect consumer concerns about political and economic issues. The issues may be unemployment, rising food prices, inflation, costs of healthcare, affordable pensions, indexation of pensions, the euro, government spending, etc. For some people news in the media is complemented by personal experience of these events. These concerns in turn affect consumer confidence. These are the

psychological influences (lines A in Figure 1). Parallel to this are income changes, especially changes in discretionary income, that affect consumer confidence and spending. These are the economic influences (lines B in Figure 1). Katona (1975) states that both influences should be known to explain and predict consumer confidence. The strongest effects on consumer confidence occurs when both the psychological and economic influences are in the same direction. If favorable political and economic news coincides with an increase of discretionary income, consumer confidence increases most, especially if this happens over a long period. If unfavorable political and economic news coincides with an decrease of discretionary income, consumer confidence decreases most, especially if this happens over a long period. The four possibilities are given in Table 2. A decrease of discretionary income (cell 3 of Table 2) is likely to have a stronger negative effect on consumer confidence than unfavorable political and economic news in mass media (cell 2 of Table 2).

*Table 2.*

**Effects of political and economic news and income change on consumer confidence.**

	<b>Favorable political and economic news</b>	<b>Unfavorable political and economic news</b>
Increase of discretionary income	1. Strong positive effect on consumer confidence	2. Moderately negative or no effect on consumer confidence
Decrease of discretionary income	3. Moderately negative effect on consumer confidence	4. Strong negative effect on consumer confidence

Consumer/citizen political and economic concerns were measured in June 2011 by GfK Russia Market Research with an online panel of consumers of 18 years and older living in five major cities in the European part of Russia (n = 1014 CAWI online and n = 300 CATI telephone) (Van Raaij & Van Esterik, 2012). In this study, four countries were compared: Russia, Greece, Turkey and The Netherlands. The Russian sample size was n = 1314. The survey question was: “To what degree are you concerned about the following issues?” Russians were most concerned about their own income and purchasing power (respectively, 52% and 51% very concerned). They were also concerned about affordable pensions, purchasing power of households, and the costs of healthcare (respectively, 35%, 27% and 26% very concerned). Note the difference between purchasing power of the own household (51% very concerned) and purchasing power in general (27% very concerned). A similar difference exists between

keeping your own job (27% very concerned) and employment (23% very concerned). There is more concern about the personal situation than about the general situation in Russia. Russians are least concerned about the global economy (only 11% very concerned). This may be seen as “far away” and having not much impact on Russia (Table 3).

*Table 3.*

**Issues of consumer concern in Russia (June 2011, n = 1314).**

	<b>not or little concerned</b>	<b>concerned</b>	<b>very con- cerned</b>
Your own income	.21	.27	.52
Purchasing power of own household	.24	.25	.51
Affordable pensions	.37	.28	.35
Purchasing power of households	.34	.39	.27
Keeping your own job	.39	.34	.27
Costs of healthcare	.38	.36	.26
Employment in Russia	.43	.34	.23
Global economy	.52	.37	.11

As an example how different consumers in other nations answer these questions, the results from a Greek sample of November 2010 are given in Table 4 (n = 1038) (Van Raaij & Van Esterik, 2012). Greek consumers are concerned about almost all political and economic issues, except maybe about the global economy. Russians are more concerned about their own income than Greeks. Greeks are more concerned about affordable pensions, employment, and keeping your own job than Russians.

*Table 4.*

**Issues of economic concern in Greece (November 2010, n = 1038).**

	<b>not or little concerned</b>	<b>concerned</b>	<b>very con- cerned</b>
Affordable pensions	.17	.31	.52
Employment in Greece	.23	.33	.44
Keeping your own job	.23	.35	.42
Purchasing power of own household	.23	.37	.40
Costs of healthcare	.18	.45	.37
Purchasing power of households	.23	.43	.34
Your own income	.26	.43	.31
Global economy	.40	.27	.33



Consumer confidence in the European Union is measured with the four questions of Table 1 and an additional fifth question: “Is this a good time to buy durable goods?” The answers on these five questions are categorized into proportions positive, neutral and negative answers. Then the proportion of negative answers is subtracted from the proportion of positive answers. The Index of Consumer Confidence (ICC) is then the difference of the proportions of positive and negative answers. If positive answers dominate, the ICC is positive. If negative answers dominate, the ICC is negative. The neutral answers are not taken into account in this computation. This type of scaling answers is rather primitive; more advanced and better forms of scaling are available now. Nevertheless, this is the scaling approach used in all members nations of the European Union. Eurostat, the statistical bureau of the EU at Luxembourg, states that it is difficult to change this into a better approach in all 27 EU nations.

*Table 5.*

**Consumer confidence in 27 nations of the European Union  
(July, August 2012).**

<b>Nation:</b>	<b>ICC, July 2012</b>	<b>ICC, August 2012</b>
Austria	1.0	-9.9
Belgium	-14.8	-16.0
Bulgaria	-37.7	-41.4
Cyprus	-61.1	-60.9
Czech Republic	-43.1	-43.2
Denmark	-23.3	-19.8
Estonia	3.4	-2.8
France	-21.8	-22.0
Finland	-15.7	-17.0
Germany	-10.9	-9.9
Greece	-56.3	-52.6
Hungary	-43.1	-45.4
Ireland	-32.3 (KBC)	-30.0 (KBC)
Italy	-29.4	-31.7
Latvia	-13.4	-11.6
Lithuania	-36.4	-31.2
Luxembourg	-17.8	-23.2
Malta	-21.1	-40.6
The Netherlands	-42.3	-34.1
Poland	-36.7	-37.3
Portugal	-74.1	-73.2

<b>Nation:</b>	<b>ICC, July 2012</b>	<b>ICC, August 2012</b>
Rumania	-21.1	-23.2
Slovakia	-37.8	-42.0
Slovenia	-40.0	-35.9
Spain	-45.4	-64.5
Sweden	-24.0	-23.7
United Kingdom	-42.2	-40.8
Euro area (17 nations)	-28.5	-33.1
EU area (27 nations)	-31.5	34.5

In Table 5, the Indexes of Consumer Confidence (ICC) for the months of July and August 2012 are given for all 27 nations of the European Union. Almost all indexes are negative. As may be expected the ICC is very negative in the Southern-European nations, such as Cyprus, Greece, Portugal and Spain, but less negative in the Northern European nations, such as Austria, Belgium, Finland and Germany. Italy is an exception to the very negative Southern-European ICC's, whereas The Netherlands is an exception of the less negative Northern-European ICC's. The confidence indexes of the nations in the Euro (EMU) area (17 nations) are not much lower than the confidence indexes of the total EU area (27 nations). The least negative ICC is of Estonia; in July the Estonian ICC was even positive. The data of Ireland are collected by KBC Bank.

### *Consequences of confidence.*

Factor analyzing the confidence questions, two confidence components emerge from time-series principal components analysis: (1) questions related to the national economy and (2) questions related to the personal finances of households (Van Raaij & Gianotten, 1990). See also Figure 1. The first component (national economy) shows most variance and more extreme deviations from the baseline. People are more extreme in their evaluation of the national economy, both in a positive and a negative direction. Due to the euro crisis, consumers in the euro zone are very negative about the national economy, especially in Greece and other Southern-European nations. However, people are less extreme in their evaluation of their personal finances, both in a positive and in a negative direction. Fortunately, the second component, the evaluation of personal finances, proved to be a better predictor for spending and saving than the first component, the evaluation of the national economy (Van Raaij & Gianotten, 1990).

The four dependent variables in Figure 1 are: (1) discretionary spending, (2) discretionary saving, (3) credit, and (4) investment. Discretionary spending is aggregate spending on goods and services, at the product level, not at the brand level. This means that the model of Figure 1 cannot predict brand preferences and buying. It only predicts the total expenditure on a total category. However, if consumer confidence is high, luxury and more expensive brands will be bought, whereas if consumer confidence is low, less expensive brands will be bought. Consumer economizing tactics in periods of economic recession and low consumer confidence are: buying less goods, buying cheaper goods, increasing or reducing product quality (This seems to be a paradox!), and changing lifestyle (Van Raaij & Eilander, 1983).

*Discretionary saving* is saving money in a purposeful way. It consists of an explicit decision to transfer money into a savings account. It also includes contractual saving, i.e., a contract with the bank to regularly transfer money from a salary account into a savings (deposito) account. Residual saving, i.e., leaving unspent money in the salary account, is not considered to be discretionary, because no explicit decision has been made to save. It is just money left over at the end of the month. Discretionary saving is usually higher when consumer confidence is low. This is not the case if discretionary income is also low. It is obvious that consumers need discretionary income for discretionary saving. The dependent variable is aggregate saving because no specific predictions can be made about the types of saving contracts (monthly amount saved, duration of contract, fixed or variable interest rates) consumers will use.

*Credit* is the third dependent variable of the model in Figure 1. This category consists of mortgages, personal loans, and the financing of products at the point of purchase. Credit will be lower when consumer confidence is low. Consumers have become uncertain about the future and want to avoid risks. This means that they want to pay back (part of) their credit and mortgage, and do not want to engage in new credit and mortgage. Engaging in new credit means a decrease of discretionary income and spending, which is not attractive in a period of uncertain future income. Paying back your credit reduces the risk of becoming insolvent or running into other financial problems.

The fourth dependent variable of Figure 1 is investment. Consumers are less willing to buy stocks and to participate in investment funds in a period of uncertainty. There is the risk that the value of stocks de-

creases, and putting your money at risk is not an attractive option in a period of recession when consumer confidence is low.

Recent research by Jaione Yabar Arriola (2012) shows that low consumer confidence leads to inaction, i.e., consumers wait and see until the future will be more certain. Consumers delay their discretionary expenditure and even their discretionary saving. They simply delay and postpone any economic decision that may reduce their flexibility to react to unforeseen negative events that may have an impact on them. The feeling of economic uncertainty seems to block consumer decisions (inaction). Yabar Arriola (2012) argues that in times of uncertainty a need for social connection becomes activated. People want to connect with their relatives and friends for social and moral support. Advertising claims with a social content (“we”) are then more popular than claims with an individual content (“me”). Another effect may be that women dress up to become more attractive for resourceful men. This is a way to secure their financial future. Women thus spend more on cosmetics and sexy dresses in times of recession, thus more on discretionary expenditure of this category. This may explain that sales of cosmetics, luxury dresses, and accessories did not decrease recently.

### *Trust.*

As stated before, ‘trust’ is a different concept from ‘confidence’. Trust is related to a concrete object such as an institution, a person or the government. Trust is an important factor in the functioning of an economy. People and institutions that trust each other, have quicker, less costly, and more secure transactions. People and institutions that do not trust each other, require more specific contracts and guarantees. Transactions are then much slower, more costly, and less secure.

In Russia, the trust was measured with regard to several financial institutions such as the government, the Ministry of Finance, the Central Bank, the Federal Antimonopoly Service, and the Consumer Rights Protection Society. In Greece, Turkey and The Netherlands, the trust has been measured with regard to similar organizations (Table 6). We observe that these organizations are least trusted in Greece, while the distrust in the Russian government and Ministry of Finance is also relatively high. Consumer organizations are trusted most, probably because these are independent of the government and often critical towards the government.

Van Raaij & Van Esterik (2012) studied consumer trust in insurance companies in Russia and three other nations (Greece, Turkey and The

Netherlands). For each of these nations different insurance companies are included in the study. Determinants of trust in insurance companies are: (1) competence, (2) stability, (3) integrity, (4) benevolence or customer orientation, (5) transparency, and (6) value congruence (Van Raaij, 2009).

Table 6.

**Trust in financial institutions (proportions distrust).**

	<b>Russia</b>	<b>Greece</b>	<b>Turkey</b>	<b>Netherlands</b>
Government	.65	.82	.49	.45
Ministry of Finance	.68	.82	.52	.35
National/Central Bank	.47	.69	.31	.41
European Central Bank		.71		.40
SEC Authority/Antimonopoly Service	.58	.76	.45	.35
Consumer organization	.30	.44		.11
Social Insurance Association			.42	

Competence consists of knowledge about insurance products, marketing and customers. Competence is a ‘dissatisfier’ (Herzberg, Mausner & Snyderman, 1959). Consumers assume that a company is competent; it is a necessary requirement. Competence thus does not lead to more trust, but incompetence is the major reason for distrust. Competence questions are: “X will be there when clients need to claim damage”. “X explains insurance products in a way that I understand”. “X knows her clients and understands their insurance needs”. “X offers high-quality insurance products”. X stands for an insurance company a survey respondent is familiar with.

*Stability* relates to the size, strength and history of a company. Larger and stronger insurance companies that already exist for a long time, are more trusted than smaller, more recently originated companies. Stability questions are: “X is a large institution” and “X is a strong institution”.

*Integrity* is the fair, unbiased and non-corrupt way a company treats its customers. To treat customers in a similar and fair manner and to keep promises are components of integrity. Business ethics are mainly related to integrity. Supervisory institutions, such as the SEC in the USA, evaluate companies mainly on the integrity of top managers and procedures. Integrity questions are: “X treats all insurance clients in a fair way” and “X keeps its promises”.

*Benevolence* is the customer orientation of company. Does the company act in the interests of their clients, and not only in their own inter-

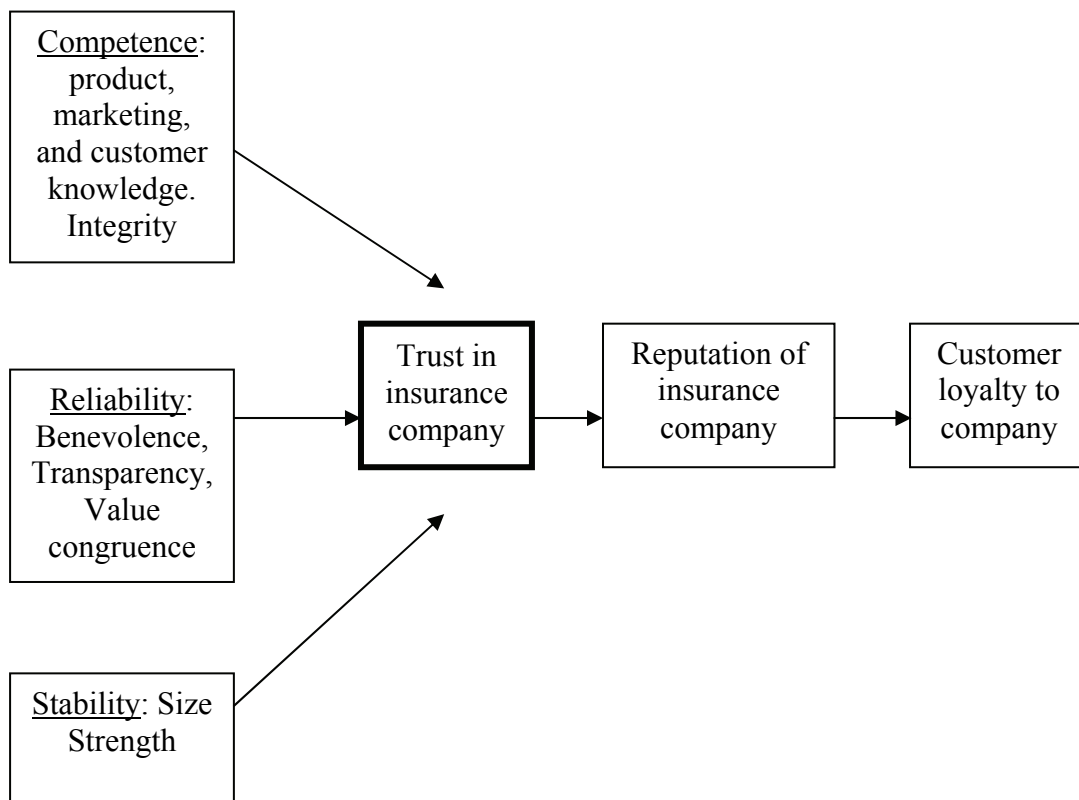
ests? Does the company develop products that customers need and want? Does the company accept its responsibility and correct mistakes? Benevolence is related to the marketing policy and customer treatment of a company. Benevolence questions are: “X accepts its responsibility and corrects mistakes (if any)”, “X acts in her client’s interests, not only theirs”.

*Transparency* is the openness about contracts and procedures. No “small print” and hidden costs. Does the company inform customers also about the costs and not only about the benefits of products? Transparency is generally an overrated determinant. Politicians believe in transparency, but customers are less enthusiastic. A higher transparency may in the short term lead to less trust, because negative attributes of the company become manifest. Transparency questions are: “I know what to expect from X; no surprises” and “X gives complete information: no ‘small print’”.

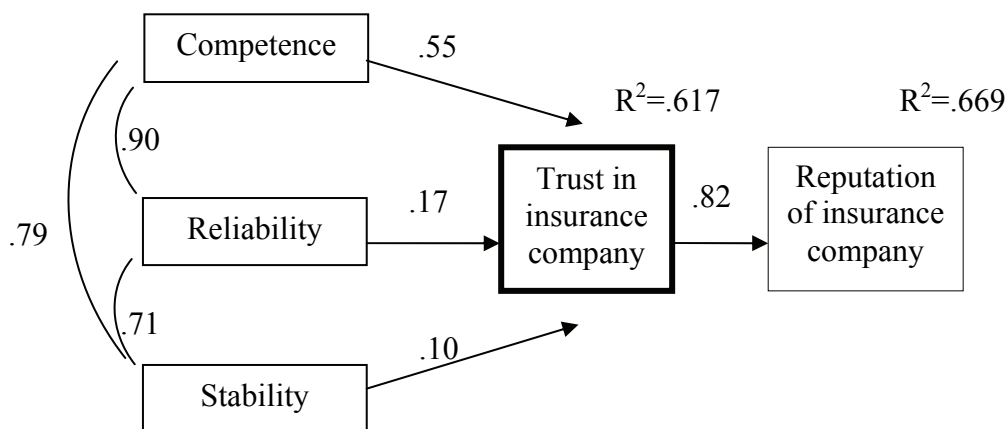
*Value congruence* is the similarity of the values of the company and its clients. Customers trust a company more if a company has the same values as they have. A company that does not invest in the weapon industry, but only in sustainable development, is trusted by customers that have the same values. These customers are also more loyal to the company. Value congruence is an underrated attribute of companies to gain more trust. Value congruence questions are: “X contributes to a better society” and “I agree with the values and societal position of X”.

Principal components analysis of these determinants shows that three components emerge: competence, reliability and stability. Competence includes integrity. The component reliability comprises of the factors benevolence, transparency, and value congruence. Stability consists of size and strength of a company. These three components may be placed in a model of the determinants and consequences of trust, in this case trust in an insurance company (Figure 2).

In the Russian case, the relationships between these determinants and trust are shown in Figure 3. Competence is the major determinant of trust with a regression weight of .55, followed by reliability (.17) and stability (.10). The three determinants explain 61.7% of the variance in trust ( $R^2 = .617$ ). Competence is the major determinant and explains more than 30% of the variance in trust:  $(.55)^2 = .3025$ . The three determinants are correlated, especially the correlation between competence and reliability is high (.90). Trust is a major predictor of reputation. It explains 66.9% of the variance of reputation. Similar results were obtained for Greece and The Netherlands. In Turkey, however, competence and reliability are part of one component.



*Figure 2. Model of the determinants and consequences of trust.*



*Figure 3. Relationships between competence, reliability, stability, trust, and reputation (Russian data, n = 1314).*

The complete model was tested with the Dutch data (Figure 4). Trust is again determined by competence, reliability and stability. Trust determines the reputation of the insurance company by explaining 70.6% of the variance in reputation. Note that we may also conclude that reputation determines trust, because these are correlational data. Reputation determines customer loyalty to the insurance company by explaining 29.2% of the variance in loyalty.

Does confidence explain trust? The two confidence components explain little variance of trust in an insurance company. The regression weight of confidence in the national economy (.04) is even non-significant. The regression weight of confidence in personal finances (.08) is significant but small. This shows that confidence is not related to trust. Confidence and trust are obviously different concepts.

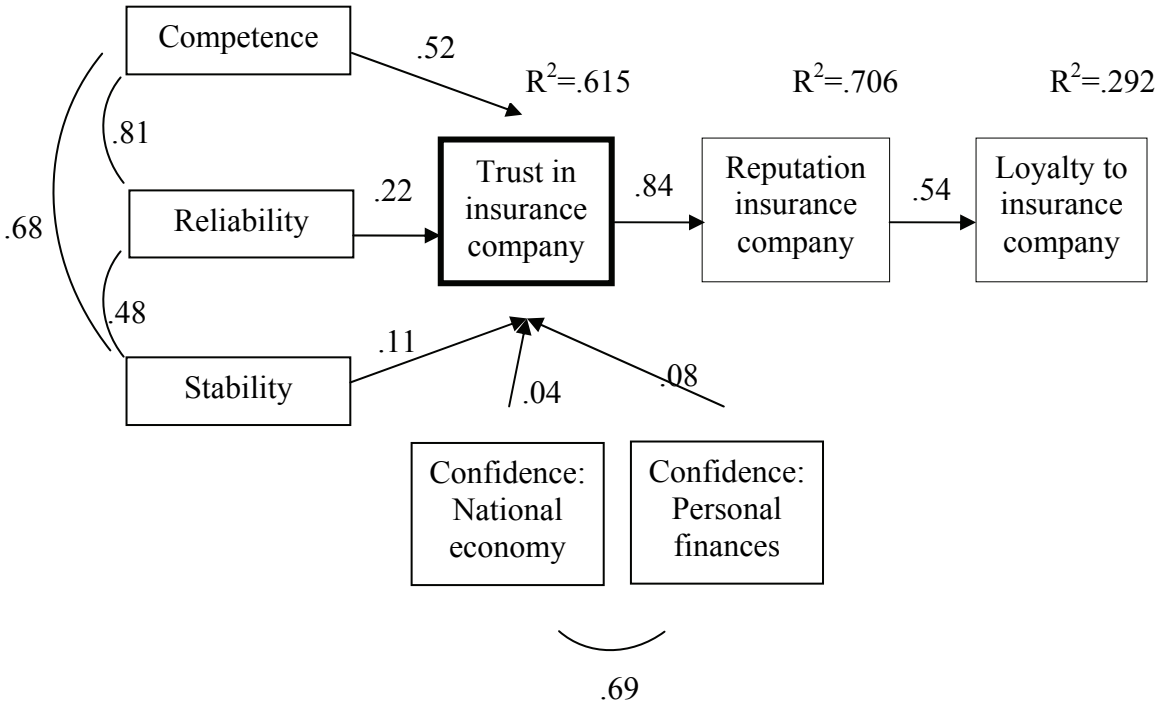


Figure 4. Testing the complete trust model (Dutch data, n = 424).

This study also has practical implications for management. It could be assessed which specific aspects of insurance companies led to low or high trust in the company. The results from the Russian data are given in Table 7. ‘Impact on trust’ is the importance (impact) of an aspect to improve trust. Aspect 6 (high-quality insurance products) is the most important aspect determining trust. Aspect 13 (large institution) is the least important aspect determining trust. Russian insurance companies have the highest performance values on aspects 13 and 14, and about the same performance values on the other aspects. Aspects that need to be firstly improved to increase trust are 1, 2, 3, and 9. These aspects have a relatively high impact on trust, but presently have a relatively low performance value by Russian insurance companies. Aspects that should be improved next to increase trust are 7, 8, 10, 11, and 12. These aspects have a somewhat lower impact on trust, but presently also have a relatively low performance value by Russian insurance companies.



Table 7.

**Aspects to improve trust with regard to insurance companies  
(Russian data, n = 1314).**

	Question/aspect:	Impact on trust	Performance value
1.	X treats all insurance clients in a fair way.	8.4%	.63
2.	X keeps its promises.	7.9%	.64
3.	X will be there when her clients need to claim damage.	8.2%	.63
4.	X explains insurance products in such a way that I can understand it.	7.6%	.66
5.	X knows her clients and understands their insurance needs.	7.0%	.65
6.	X offers high-quality insurance products.	10.0%	.66
7.	X contributes to a better society.	5.7%	.62
8.	I agree with the values and societal position of X.	7.0%	.61
9.	I know what to expect from X; no surprises.	7.4%	.60
10.	X gives complete information; no 'small print'.	7.0%	.60
11.	X accepts its responsibility and corrects mistakes (if any).	6.0%	.60
12.	X acts in her client's interests, not only theirs.	6.2%	.63
13.	X is a large institution.	4.9%	.72
14.	X is a strong institution.	7.2%	.70

### *Conclusions*

Psychological factors play an important role in the economy and cannot be ignored in explaining and predicting consumer demand and the state of the national and international economy. Psychological factors include: information processing, decision making heuristics, formation of preferences and opinions, risk perception and propensity, uncertainty, personality factors, confidence, and trust. This contribution is focused on the determinants and consequences of consumer confidence and trust.

At the aggregate/macro level, consumer confidence is a determinant of consumer discretionary spending and/or discretionary saving. Consumer confidence as an aggregate variable is determined by political and economic news in the media and consumer concerns about these political and economic issues such as unemployment, job certainty, inflation and interest rates, future income, affordable pensions, and costs of healthcare.

At the micro level, consumer trust is a determinant of economic transactions of consumers, investors, and business people. In this study, trust is studied with regard to insurance companies. Trust is a determinant of reputation and loyalty in purchasing products from companies and of brand choice. Consumer trust is determined by a number of factors such as competence, stability, integrity, benevolence, transparency, and value congruence of (insurance) companies. These factors are clustered in three main components: competence + integrity, reliability, and stability. The first component is most important, followed by reliability and stability. The analysis also delivers managerial recommendations on which aspects trust in insurance companies can be improved.

### **References**

Jaione Yabar Arriola (2012). Wait, Bond, and Buy: Consumer Responses to Economic Crisis. PhD dissertation, Tilburg University, The Netherlands.

Francis Fukuyama (1995). Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity. New York: The Free Press.

Frederick I. Herzberg, Bernard Mausner, & Barbara B. Snyderman (1959). The Motivation to Work. New York: John Wiley.

George Katona (1975). Economic Psychology. New York: Elsevier.

Akhmed I. Kitov (1987). Экономическая психология (Economic Psychology). Moscow: Ekonomika.

Niklas Luhmann (2000). "Familiarity, confidence, trust: Problems and alternatives." Chapter 6 in: Diego Gambetta (Ed.), Trust: Making and Breaking Cooperative Relations. Oxford: University of Oxford Press, pp. 94–107.

W. Fred van Raaij (2009). Hoe krijgt de financiële sector het vertrouwen weer terug? [How does the financial sector regain trust?]. Me Judice, Economics website of Tilburg University, Vol. 2, May 14. [www.mejudice.nl](http://www.mejudice.nl)

W. Fred van Raaij & Goos Eilander (1983), 'Consumer economizing tactics for ten product categories'. In: Richard P. Bagozzi & Alice M. Tybout (Eds.), Advances in Consumer Research. Vol. 10, pp. 169–174.

W. Fred van Raaij & Henk J. Gianotten (1990), 'Consumer confidence, expenditure, saving, and credit'. Journal of Economic Psychology. 11(2), 269-290.

W. Fred van Raaij & Pauline van Esterik (2012). Trust in Financial Institutions. Paper presented at the 37th IAREP conference, Wrocław, Poland.

# ДОВЕРИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ДОВЕРИЕ ЭКОНОМИКЕ

**Фред ван Райян**  
(Тилбург, Нидерланды)

## **Аннотация.**

*Психологические факторы играют важную роль в экономике. С возрастанием дохода возрастает и власть потребителей. Потребители обретают влияние, поскольку обладают свободой распоряжаться своими доходами и накоплению по собственному усмотрению: потратить или не потратить, инвестировать или не инвестировать часть своих накоплений. В этой связи, проблема доверия обретает особую остроту. Доверие потребителя экономической политике государства играет решающую роль в принятии решений относительно распоряжения своими доходами и накоплениями. При высоком уровне доверия потребителей (оптимизм) их расходы преобладают на сберегающим поведением. При низком уровне доверия потребителей (пессимизм) сберегающее поведение преобладает над тратами. Объем и направленность потребительского спроса является важным фактором для компаний, осуществляющих продажу товаров и для экономической политики Правительства. Аналогичным образом, доверие потребителей к определенным компаниям и брендам определяют их покупательское поведение и лояльность по отношению к компаниям и брендам. В данной статье приводятся модели, отражающие предикторы и следствия доверия потребителей и их применение для исследований в России.*

**Ключевые слова.** Доверие потребителей, доверие Правительству, доходы, сбережения.

## КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Бадмаева Светлана Владимировна**, канд. пед. наук, доцент, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (Москва, Россия)

**Безденежных Вячеслав Михайлович**, д-р экон. наук, профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ (Москва, Россия)

**Будицкий Алексей Евгеньевич**, канд. экон. наук, Финансовый университет при Правительстве РФ (Москва, Россия)

**Веригин Александр Николаевич**, д-р психол. наук, профессор, консультант (Севастополь, Украина)

**Гордякова Ольга Владимировна**, канд. психол. наук, доцент, заведующая кафедрой «Социальной психологии» Института психоанализа (Москва, Россия)

**Дейнека Ольга Сергеевна**, д-р психол. наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия)

**Журавлев Анатолий Лактионович**, член-корреспондент РАН, д-р психол. наук, профессор, директор Института психологии РАН (Москва, Россия)

**Забродин Юрий Михайлович**, д-р психол. наук, профессор, проректор по научной работе Московского городского психолого-педагогического университета (Москва, Россия)

**Erich Kirchler**, Professor of Psychology University of Vienna, Faculty of Psychology (Vienna, Austria)

**Китова Джульетта Альбертовна**, д-р психол. наук, профессор, заведующая кафедрой «Психология» экономического института Северо-Кавказской государственной гуманитарно-технологической академии (Черкесск, Россия)

**Купрейченко Алла Борисовна**, д-р психол. наук, профессор,  
Высшая школа экономики (Москва, Россия)

**Лебедев Александр Николаевич**, д-р психол. наук, профессор,  
заведующий кафедрой «Прикладная психология» Финансового  
университета при Правительстве РФ (Москва, Россия)

**Липатова Инна Владимировна**, канд. экон. наук, доцент,  
Финансовый университет при Правительстве РФ (Москва, Россия)

**Локшина Эрита Ханановна**, канд. экон. наук, заведующая на-  
учно-исследовательской лабораторией социально-экономических  
проблем предпринимательства, Санкт-Петербургский государствен-  
ный университет экономики и финансов (Санкт-Петербург, Россия)

**Максимцев Игорь Анатольевич**, д-р экон. наук, профессор,  
ректор Санкт-Петербургского государственного университета эко-  
номики и финансов (Санкт-Петербург, Россия)

**Malakhov Sergey**, Ph.D., Applied Economics, Pierre-Mendès-  
France University (Grenoble, France)

**Малюгин Дмитрий Викторович**, канд. психол. наук, доцент,  
Финансовый университет при Правительстве РФ (Москва, Россия)

**Малюгина Оксана Александровна**, канд. психол. наук, Фи-  
нансовый университет при Правительстве РФ (Москва, Россия)

**Неверов Александр Николаевич**, канд. экон. наук, доцент,  
директор Центра психолого-экономических исследований Сара-  
товского государственного социально-экономического университе-  
та при Саратовском научном центре РАН (Саратов, Россия)

**Овруцкий Александр Владимирович** канд. психол. наук,  
Южно-Российский гуманитарный институт, Южный федеральный  
университет (Ростов-на-Дону, Россия)

**Позняков Владимир Петрович**, д-р психол. наук, профессор,  
Институт психологии РАН (Москва, Россия)

**Сорокин Дмитрий Евгеньевич**, член-корреспондент РАН, д-р. экон. наук, первый заместитель директора Института экономики РАН, заведующий кафедрой «Макроэкономика и макроэкономическое регулирование» Финансового университета при Правительстве РФ (Москва, Россия)

**Сухарев Олег Сергеевич**, д-р. экон. наук, профессор, Институт экономики РАН (Москва, Россия)

**Tadeusz Tyszka** Professor of Psychology, Head of the Center for Economic Psychology and Decision Sciences in Leon Kozminski Academy of Entrepreneurship and Management (Warsaw, Poland)

**Федотова Марина Алексеевна**, д-р. экон. наук, профессор, проректор по научным исследованиям и разработкам Финансового университета при Правительстве РФ, заслуженный экономист Российской Федерации (Москва, Россия)

**Fred van Raaij**, Professor of Economic Psychology Tilburg University Faculty of Social and Behavioural Sciences (Tilburg, The Netherlands)

**Чумаков Александр Николаевич**, д-р филос. наук, профессор, заведующий кафедрой «Философия» Финансового университета при Правительстве РФ, вице-президент Российского философского общества (Москва, Россия)

**Юревич Андрей Владиславович**, член-корреспондент РАН, д-р психол. наук, профессор, зам. директора по науке Института психологии РАН (Москва, Россия)

*Для заметок*

*Научное издание*

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ  
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

*Сборник научных статей*

**Компьютерная верстка: С.М. Буянова**

*На обложке – здание Финансового университета  
при Правительстве Российской Федерации*

Подписано в печать 22.10.2012 г. Формат 60х90 1/16.  
Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 25,00. Заказ 2108. Тираж 300 экз.

---

Отпечатано ЗАО «Экон-информ»  
129329, Москва, ул. Ивовая 2. Тел. (499) 180-9305  
[www.ekon-inform.ru](http://www.ekon-inform.ru); e-mail: [eer@yandex.ru](mailto:eer@yandex.ru)