

Российская академия наук
Институт психологии

В. П. Позняков

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ
ОТНОШЕНИЯ**

ИНДИВИДУАЛЬНЫХ
И ГРУППОВЫХ СУБЪЕКТОВ
СОВМЕСТНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Издательство
«Институт психологии РАН»
Москва – 2018

УДК 159.9
ББК 88
П 47

Все права защищены.

*Любое использование материалов данной книги полностью
или частично без разрешения правообладателя запрещается*

Позняков В. П.

П 47 Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. — 532 с. (Достижения в психологии)

ISBN 978-5-9270-0369-3

УДК 159.9
ББК 88

В монографии представлены результаты теоретико-эмпирического исследования психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности в изменяющихся условиях. Представлены основные положения концепции психологических отношений. Выявлены структура, функции и виды отношений. Проанализированы наиболее существенные социально-психологические особенности, характеризующие психологические отношения в трудовой и экономической сферах жизнедеятельности. Впервые психологические отношения субъектов совместной экономической деятельности исследованы комплексно, на разных уровнях анализа: личностном, межличностном и межгрупповом. Применение концепции психологических отношений к анализу экономической активности субъектов позволило конкретизировать представления о взаимосвязи экономических и социально-психологических явлений. Проанализирована динамика социально-психологических отношений в трудовом коллективе в условиях изменения форм собственности. Рассмотрены социально-психологические факторы деловой активности предпринимателей и взаимоотношений в предпринимательской среде. Монография рассчитана как на специалистов, занимающихся научной деятельностью, так и на практических психологов, а также на всех тех, кто интересуется вопросами, связанными с отношениями между людьми.

© ФГБУН Институт психологии РАН, 2018

ISBN 978-5-9270-0369-3

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 10

Введение. 15

Раздел 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Введение. 25

ГЛАВА 1. Психологические отношения
как предмет исследования. 27

ГЛАВА 2. Теоретические подходы и эмпирические
исследования внутригрупповых и межгрупповых отношений
в социальной психологии 49

ГЛАВА 3. Концепция психологических отношений
индивидуальных и групповых субъектов
совместной жизнедеятельности 70

Заключение 97

Раздел 2

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ СУБЪЕКТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение. 103

ГЛАВА 4. Проблема субъекта экономической деятельности
в экономической и социальной психологии 104

ГЛАВА 5. Социально-психологические проблемы отношений собственности.	129
ГЛАВА 6. Предпринимательство как вид экономической деятельности и как социально-психологическое явление	145
Заключение	159

Раздел 3

ДИНАМИКА СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ

Введение.	165
ГЛАВА 7. Изменение форм собственности как фактор динамики внутригрупповых и межгрупповых отношений. Программа и организация эмпирического исследования	166
ГЛАВА 8. Социально-психологический анализ изменений в коллективе при переходе на арендный подряд.	184
ГЛАВА 9. Изменения социально-психологических отношений между арендными коллективами.	200
Заключение	220

Раздел 4

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СУБЪЕКТОВ, СВЯЗАННОЕ С ВЫБОРОМ ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ И ВИДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Введение.	229
ГЛАВА 10. Психологические отношения и деловая активность представителей групп, различающихся по формам собственности и видам экономической деятельности	231
ГЛАВА 11. Психологические отношения субъектов, связанные с предпочтением формы собственности и вида экономической деятельности	248
ГЛАВА 12. Социально-психологические факторы деловой активности и типология субъектов экономической деятельности.	265

Заключение	285
----------------------	-----

Раздел 5

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Введение.	289
ГЛАВА 13. Социально-психологические проблемы становления нового российского предпринимательства	294
ГЛАВА 14. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей	310
ГЛАВА 15. Региональные и гендерные особенности отношения российских предпринимателей к предпринимательской деятельности	330
Заключение	358

Раздел 6

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

Введение.	365
ГЛАВА 16. Доверие российских предпринимателей к различным видам организаций.	366
ГЛАВА 17. Гендерные особенности отношения российских предпринимателей к партнерству и конкуренции	392
ГЛАВА 18. Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия	415
Выводы.	434
Литература.	446
Приложения	487

*С благодарностью Учителю,
моему научному руководителю
Анатолию Лактионовичу Журавлёву*

ПРЕДИСЛОВИЕ

Предлагаемая книга посвящена чрезвычайно актуальной проблеме современной социальной и экономической психологии — анализу взаимосвязей экономических и социально-психологических явлений в современном российском обществе. Предметом научного исследования В. П. Познякава выступают психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности. Теоретический вклад автора связан, прежде всего, с разработкой фундаментальной категории психологической науки: психологических отношений. Развивая идеи российских ученых: А. Ф. Лазурского, В. Н. Мясищева, Б. Ф. Ломова, Е. В. Шороховой и др., автор рассматривает психологические отношения как совокупность избирательных, сознательных, эмоционально окрашенных и субъективно-оценочных связей их субъектов — индивидов и социальных групп с окружающими, прежде всего, социально-экономическими условиями и друг с другом. Развиваются теоретические положения о взаимодействии внешних и внутренних условий, объективных отношений, в которые включается человек, и его субъективных отношений к окружающему миру, о детерминации социального поведения субъекта.

Автор четко заявляет и последовательно реализует в своих исследованиях положения субъектно-деятельностного подхода об активной роли субъекта во взаимодействии с внешними условиями его деятельности, сформулированные С. Л. Рубинштейном и развитые К. А. Абульхановой, Л. И. Анцыферовой, А. В. Брушлинским и др. Автор вводит понятие *субъекта экономической деятельности*, рассматривая ее как деятельность, связанную с распоряжением ресурсами и направленную на получение дохода (прибыли). Автор убедительно показывает отличие признаков экономической деятельности от трудовой, профессиональной. На примере работы трудовых коллекти-

вов в условиях изменения форм собственности Познякава показывает трансформацию коллективного субъекта совместной *трудовой* деятельности и его превращение в коллективного субъекта *экономической* деятельности и экономических отношений.

Психологические отношения рассматриваются автором на трех уровнях представленности их субъектов: индивидуально-личностном, внутригрупповом и межгрупповом. При этом автор осуществляет теоретико-эмпирический анализ взаимосвязей и особенностей психологических отношений на уровне индивидуального и группового субъектов. Объектами психологических отношений, анализируемых в данной книге, выступают внешние условия экономической деятельности многообразных субъектов, представители различных социальных групп, с которыми они связаны партнерскими и иными формами взаимодействия, характеристики самой экономической деятельности и ее субъектов.

Результаты серии эмпирических исследований, проведенных автором, вносят существенный вклад в становление нового научного направления — *социально-экономической психологии*. Автор — один из первых среди российских ученых воспользовался уникальной для исследователя возможностью изучения динамики социально-психологических феноменов: психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов экономической деятельности в условиях широкомасштабного естественного социально-экономического эксперимента, связанного с переходом к рыночным отношениям в экономике. Объектами эмпирических исследований Познякава выступили, с одной стороны, российские крестьяне, сельские жители, трудовые коллективы и сельские общности, а с другой — российские предприниматели, представители малого и среднего бизнеса, проживающие и ведущие свою экономическую деятельность в разных регионах России, т. е. представители социальных групп современного российского общества, трудно доступных для строгого научного исследования и потому весьма слабо изученных. Эмпирические исследования были проведены автором в тех регионах и в те периоды времени, где и когда осуществлялись наиболее радикальные за последние годы преобразования в российской экономике, поэтому полученные автором эмпирические данные являются уникальным историческим документом, свидетельствующим о социально-психологических проблемах и особенностях реформирования экономических отношений на современном этапе развития российского общества.

Теоретическим результатом проведенных исследований явилась *концептуальная схема* взаимосвязей психологических отноше-

ний и экономической деятельности субъектов в изменяющихся организационно-экономических условиях. В условиях изменения форм собственности индивиды и группы выступают не пассивными объектами происходящих изменений, а их активными субъектами, по-разному относящимися к этим изменениям и осуществляющими свой осознанный выбор в реальном экономическом поведении. Особый интерес представляет эмпирически выявленная автором *социально-психологическая типология* субъектов экономической деятельности, в рамках которой находят объяснение полученные в ходе исследования факты как совпадения, так и расхождения, противоречия между психологическими отношениями субъектов экономической деятельности как компонентами их экономического сознания и реальным экономическим поведением, связанным с выбором форм собственности и уровнем деловой активности. Полученные в исследовании данные позволяют уточнить сложившиеся ранее представления о взаимосвязи и взаимной обусловленности социально-психологических и экономических феноменов в условиях социально-экономических изменений. В частности, показано, что на различных этапах осуществления экономических преобразований может происходить изменение *ведущей роли* социально-психологических и экономических факторов в их взаимной детерминации.

Объектами серии эмпирических исследований, представленных в предлагаемой монографии, являются российские предприниматели сферы малого и среднего бизнеса. Это представители сравнительно новой социальной группы современного российского общества, привлекающие к себе внимание средств массовой информации, являющиеся объектом житейских суждений. Научное изучение предпринимателей представляет одновременно и большой интерес, и большие трудности. Примечательно, что автор является одним из первых российских ученых, обратившихся к исследованию нового российского предпринимательства как социально-психологического феномена практически одновременно с его появлением в начале 1990-х годов.

Становление нового российского предпринимательства как одного из социальных феноменов жизни современного российского общества является интересной эмпирической базой, позволяющей проследить закономерности взаимосвязи и взаимодействия экономических и социально-психологических явлений в условиях социально-экономических изменений. С этой точки зрения исследование предпринимательства имеет большое значение для развития экономической психологии — сравнительно молодой отрасли психологической науки.

Предпринимательскую деятельность Позняков понимает как особый вид экономической деятельности, деловой активности субъекта, связанный с распоряжением ресурсами, которые находятся в собственности субъекта, и направленный на извлечение прибыли в условиях риска, неопределенности. Владение собственностью на средства производства, участие в распределении прибыли и высокая ответственность за результаты деятельности являются, по мнению автора, наиболее существенными *признаками предпринимательства*, отличающими его от наемного труда.

С одной стороны, изучение социально-психологических особенностей людей, избравших этот вид экономической деятельности и добившихся в ней успеха, реализовавшихся в ней, позволяет проследить влияние социально-психологических факторов на экономическое поведение субъекта, его деловую активность. С другой стороны, исследование типологии и динамики социально-психологических характеристик российских предпринимателей, формирующихся и изменяющихся под влиянием специфических социально-экономических условий, в которых осуществляется их деловая активность и жизнедеятельность в целом, дает возможность изучить влияние этих условий на социально-психологические характеристики субъектов предпринимательской деятельности, особенности их психологического отношения к работе, окружающим людям и самим себе. Решение таких научных задач становится возможным, если изучать социально-психологические особенности предпринимателей во взаимосвязи с конкретными социально-экономическими условиями их деятельности и изменением этих условий, т. е. в соответствии с *психосоциальным подходом* к исследованию психических явлений.

Основным аналитическим методом автора выступает сравнительный анализ результатов исследования представителей одной и той же социальной группы — предпринимателей — в разных условиях (в разных регионах России и на различных этапах изменения социально-экономических условий жизни общества). В основе этой части монографии лежат результаты серии эмпирических исследований, выполненных в разные годы и на различных выборках предпринимателей. Этот факт позволяет рассматривать полученные в ходе отдельных «срезов» результаты как относительно самостоятельные, что дает автору возможность проведения их сопоставительного анализа. Такой анализ позволяет выявить, с одной стороны, сходные показатели, свидетельствующие об устойчивых, повторяющихся характеристиках исследуемых социально-психологических феноменов, их взаимосвязях и зависимостях, а с другой — различия, которые в случае,

если изменения носят характер устойчивых тенденций, могут быть интерпретированы как отражение динамики изучаемых феноменов.

Весьма продуктивными направлениями исследований автора представляется глубокий анализ гендерных особенностей психологических отношений в предпринимательской деятельности, изучение региональных особенностей социальной психологии российских предпринимателей, выявление роли различных личностных свойств предпринимателей в формировании их психологических отношений и деловой активности, дальнейшее обоснование социально-психологической типологии российских предпринимателей и др.

Результаты серии теоретико-эмпирических исследований, выполненных автором и представленных в монографии, позволили не только установить ряд закономерностей взаимосвязи и взаимного влияния экономических и социально-психологических явлений, но и послужить мощным импульсом формирования новых научных направлений в рамках психологии предпринимательства и экономической психологии в целом. Полученные в исследовании Познякова эмпирические результаты и сделанные на их основе теоретические обобщения могут быть использованы в дальнейших исследованиях социально-экономических преобразований в современном российском обществе.

А. Л. Журавлев

ВВЕДЕНИЕ

В 2017 г. российское общество отметило своеобразный юбилей: 25-летие начала экономических реформ, вошедших в историю нашего общества под названием «рыночных» или «гайдаровских». Основными «вехами», ключевыми событиями этих реформ было установление свободных цен на продукты потребления, чековая приватизация и переход от монополии государственной собственности на средства производства к многоукладной экономике. В научно-популярной и публицистической литературе эту реформу часто называют «шоковой приватизацией» за ее внезапность, радикальность и тяжелые последствия, которые она имела для нашей страны — резкое и многократное увеличение розничных цен, снижение уровня жизни большинства населения, сильное имущественное расслоение, рост безработицы и преступности, последовавшее за этим снижение рождаемости, рост смертности и др. Не вдаваясь в детальный анализ содержания и результатов проводимой реформы и не давая им оценку (это задача скорее экономистов и политологов), отметим, что с точки зрения социогуманитарных наук (социологии, психологии, антропологии и т. д.) подобного рода радикальные социально-экономические изменения можно рассматривать как масштабный естественный социальный эксперимент, в рамках которого осуществляемые руководством реформы выступают в качестве независимой переменной, а изменения, происходящие вследствие этих преобразований в жизни общества, в частности, в социальной психологии населения и его отдельных групп и представителей, в качестве зависимой переменной.

Оказались ли социальные и гуманитарные науки, в частности социальная психология как одна из них, готовы к тому, чтобы воспользоваться этой уникальной ситуацией для объективного научного поиска и анализа закономерностей, характеризующих происходящие изменения? Сегодня, спустя четверть века, опираясь на исторический

анализ проведенных исследований и их результаты, попробуем ответить на этот вопрос. В рамках данной монографии мы ограничимся рассмотрением лишь некоторых, но очень важных социально-экономических изменений, связанных с проведением российских экономических реформ, а именно изменений отношений собственности на средства производства и связанных с ними изменений в социальной структуре российского общества — появления появлением новых социальных групп и новых видов социального взаимодействия.

Успешность осуществления экономических реформ в России и выход общества из кризиса во многом зависят от характера отношений различных социальных групп и отдельных индивидов к происходящим изменениям и от их конкретных действий в сфере экономики. Выбор формы хозяйственной деятельности, реализация прав собственника, уровень деловой активности являются ключевыми факторами экономической деятельности индивидов и групп, определяющими в значительной степени и результаты их собственной хозяйственной деятельности (уровень доходов, материальное благосостояние) и реальные изменения в экономике России.

Сталкиваясь со стремительным изменением условий жизни, люди по-разному строят свою экономическую деятельность. Эти различия во многом обусловлены социально-психологическими факторами. Однако содержание этих факторов и механизм их влияния изучены явно недостаточно. Изучение и учет социально-психологических факторов, регулирующих экономическую деятельность людей и их поведение, связанное с выбором формы собственности и хозяйственной деятельности, не только имеет большое практическое значение, но и является актуальной научной проблемой, особенно для России, где экономическая психология как наука делает лишь первые шаги.

Исходным методологическим принципом нашего исследования является положение о взаимной обусловленности и детерминации психологических отношений (личности, внутригрупповых и межгрупповых) и безличных социальных связей и отношений, возникающих между людьми в процессе совместной жизнедеятельности и экономической деятельности и обусловленных, в свою очередь, особенностями конкретных форм общественных отношений. Последовательная реализация этого принципа предполагает в качестве необходимого этапа исследования психологических отношений анализ тех объективных связей и отношений, в которых отдельные индивиды и группы выступают как элементы более сложной социальной общности. Применительно к нашим эмпирическим исследованиям в ка-

честве таких общностей выступали, с одной стороны, сельские жители, работники сельскохозяйственных предприятий с разной формой собственности, а с другой — российские предприниматели малого и среднего бизнеса. В качестве же объективных социальных связей, выступающих базисом, основанием динамики социально-психологических отношений мы рассматриваем экономические отношения собственности на средства производства в условиях их радикального изменения в процессе осуществления экономической реформы.

Реализация экономических связей и отношений осуществляется в процессе экономического поведения и экономического взаимодействия индивидуальных и групповых субъектов, которые одновременно выступают также и субъектами совместной жизнедеятельности, субъектами социально-психологических отношений. Взаимосвязь перечисленных понятий: психологические отношения, субъекты экономической деятельности, изменение форм собственности — выступает основанием концептуальной схемы нашего исследования. В первом разделе монографии рассматриваются теоретические проблемы исследования психологических отношений и излагаются основные положения авторской концепции психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности. Второй раздел посвящен теоретическому анализу проблемы психологических отношений субъектов экономической деятельности в условиях изменения форм собственности. Результатом анализа явилось уточнение концептуального аппарата и выдвижение теоретических предположений, эмпирическая проверка которых осуществлялась автором на протяжении последних лет.

В третьем и четвертом разделах монографии представлены результаты серии эмпирических исследований, посвященных анализу социально-психологических проблем, аспектов и последствий экономической реформы, начатой в России в 1992 г. Для эмпирической проверки гипотез о характере и механизмах взаимосвязи экономических и социально-психологических явлений в условиях изменения форм собственности использовались различные исследовательские стратегии или модели эмпирических исследований: в период массовой приватизации государственных предприятий динамика социально-психологических феноменов анализировалась в условиях изменения форм собственности на предприятиях и организациях. В период функционирования многоукладной экономики использовалась другая модель — сравнительный анализ социально-психологических феноменов работников предприятий с разными формами собственности.

Исходный замысел эмпирического исследования был связан с изучением динамики социально-психологических (межгрупповых и внутригрупповых) отношений в коллективе сельскохозяйственного предприятия в условиях перехода на арендный подряд, что мы рассматриваем как достаточно радикальную попытку реформирования отношений собственности. Основное внимание в исследовании уделялось при этом анализу организационно-экономического нововведения, связанного с изменением формы собственности как фактора динамики социально-психологических отношений. Изложение программы и результатов этого исследования представлено в третьем разделе монографии. Полученные в ходе этого исследования результаты в целом подтвердили нашу гипотезу о том, что изменение производственно-экономических связей между подразделениями сельскохозяйственного предприятия при переходе на арендный подряд обуславливает динамику социально-психологических отношений как внутри первичных коллективов подразделений этого предприятия, так и между ними. При этом были получены данные, свидетельствующие, во-первых, о неоднозначности детерминации социально-психологических отношений в трудовых коллективах и между коллективами изменением экономических отношений. Во-вторых, был сделан вывод о взаимосвязи и взаимной зависимости экономических и социально-психологических феноменов в условиях осуществления данного нововведения. В частности, полученные результаты позволили нам высказать положение о том, что исследуемые социально-психологические феномены (внутригрупповые и межгрупповые отношения) выступают не просто следствием экономических изменений и их субъективным отражением, но сами являются существенными факторами динамики экономических изменений. Это положение представляется нам особенно актуальным в условиях дальнейшего реформирования социально-экономических отношений на селе, связанных с еще более радикальным изменением форм собственности. Результаты исследований динамики социально-психологических явлений в период изменения форм собственности показали, что в условиях радикальных экономических изменений индивиды и группы выступают не пассивными объектами происходящих изменений, а активными субъектами. На личностном уровне психологических отношений формируется феномен предпочтения формы собственности и вида экономической деятельности.

Переход к действительно многоукладной экономике, предполагающей сосуществование субъектов экономической деятельности, различающихся формой отношений собственности на средства про-

изводства, неизбежно влечет за собой радикальное изменение социальной структуры сельских общностей. Эти изменения активизируют процессы межгрупповой дифференциации по социально-экономическим признакам (размер собственности, уровень материального благосостояния), определяют появление новых социальных групп и новых экономических отношений между ними. Одним из первых закономерность такой дифференциации отметил выдающийся русский политик и реформатор П. И. Столыпин, отметивший появление в крестьянской среде «новых сильных» и «новых слабых» задолго до распространения в современном российском языке термина «новые русские».

В этих условиях «естественного», т. е. не спровоцированного исследователем, социального эксперимента особый научный и практический интерес представляет изучение социально-психологических феноменов, оказывающих влияние на происходящие социально-экономические изменения, т. е. выступающих факторами социальной дифференциации в сельских общностях. Такими факторами, по нашему мнению, являются психологические отношения индивидов и групп к происходящим социально-экономическим изменениям, к новым формам собственности, условиям экономической деятельности и собственной деловой активности. Эти психологические отношения оказывают, по нашему мнению, регулирующее влияние на экономическое поведение индивидов и групп, связанное с выбором форм собственности, определяют направленность и уровень их деловой активности. Результатом этой активности и являются, с одной стороны, изменение внешних экономических условий осуществления экономической деятельности субъекта (которые в значительной степени определяются его выбором формы собственности и хозяйственной деятельности), а, с другой стороны, изменение социально-экономического статуса, характеризуемого экономическим отношением конкретного субъекта к собственности на средства производства и уровнем его материального благосостояния.

Таким образом, проблема динамики социально-психологических отношений в сельских общностях в условиях изменения отношений собственности предстает перед нами новой, ранее не изученной стороной, как проблема детерминации межгрупповой дифференциации в сельских общностях по социально-экономическим признакам (или социальной стратификации) социально-психологическими факторами, к числу которых, по нашей гипотезе, относятся психологические отношения сельских жителей как субъектов экономической деятельности.

Проверке этой гипотезы была посвящена серия эмпирических исследований, результаты которых представлены в четвертом разделе монографии. Обобщение результатов и выводов проведенных исследований позволило нам выстроить принципиально новую концептуальную модель, характеризующую взаимосвязь и взаимную обусловленность трех основных групп переменных: социально-психологических феноменов (психологических отношений субъектов экономической деятельности и социально-психологических, внутригрупповых и межгрупповых, отношений между ними), экономического поведения, связанного с выбором формы собственности в экономической деятельности и экономических отношений, выступающих одновременно и условиями экономической деятельности субъектов, и результатами их деловой активности.

В пятом и шестом разделах монографии представлены результаты серии исследований социально-психологических особенностей становления нового российского предпринимательства. Выбор данного объекта исследования связан с тем, что в феномене предпринимательства наиболее отчетливо проявляется взаимодействие экономического и социально-психологического компонентов деловой активности субъекта. Предметом исследования выступают психологические отношения предпринимателей, которые, с одной стороны, являются существенными социально-психологическими характеристиками предпринимателей как особой социальной группы, а с другой, сами выступают социально-психологическими факторами их деловой активности.

Предпринимательскую деятельность автор понимает как особый вид экономической деятельности, деловой активности субъекта, связанный с распоряжением ресурсами, находящимися в собственности субъекта и направленный на извлечение прибыли в условиях риска, неопределенности. Владение собственностью на средства производства, работа на себя, участие в распределении прибыли и высокая ответственность за ее результаты являются, по нашему мнению, существенными признаками предпринимательства, отличающими его от наемного труда.

При анализе данных и изложении результатов эмпирического исследования мы опираемся на разработанную нами концептуальную схему, описывающую взаимосвязи психологических отношений и экономической деятельности субъектов в изменяющихся социально-экономических условиях. В рамках этой схемы психологические отношения предпринимателей рассматриваются как обусловленные, с одной стороны, индивидуально-психологическими особенностями

субъекта (предпринимателя), а с другой, конкретными социально-экономическими условиями ведения бизнеса и характеристиками самой предпринимательской деятельности, ее содержания и результатов. В свою очередь, сами психологические отношения рассматриваются как факторы, которые оказывают влияние на поведение предпринимателя, что проявляется, в частности, в выборе предпринимательства как вида экономической деятельности и его конкретной сферы, предпочтении конкретных условий ведения бизнеса (степени предпочтительного риска, особенностей партнерских и конкурентных отношений), уровне деловой активности предпринимателя и динамике его изменения во времени. Особенно интересными представляются результаты, раскрывающие структуру мотивов выбора предпринимательской деятельности, социально-психологические характеристики деловой активности и успешности предпринимательской деятельности, характеристики эмпирически выделенных типов предпринимателей.

Заключительный шестой раздел монографии посвящен анализу социально-психологических отношений в предпринимательской среде. Взаимоотношения в предпринимательской среде являются существенными социально-психологическими характеристиками предпринимательской деятельности, а также важными факторами ее успешности. Анализу этих отношений был посвящен ряд эмпирических исследований, выполненных под нашим руководством. В разделе подробно рассмотрены такие важные для психологии предпринимательства проблемы, как доверие предпринимателей к различным организациям, представления предпринимателей о партнерских и конкурентных отношениях, факторы ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия (партнерам, наемным работникам, клиентам и др.). Общим для всех исследований был предмет изучения, в качестве которого выступали социально-психологические (межличностные и межгрупповые) отношения субъектов предпринимательской деятельности. В развиваемой нами концепции психологических отношений субъектов совместной экономической деятельности социально-психологические отношения (межличностные, внутригрупповые и межгрупповые) наряду с психологическими отношениями личности рассматриваются следующим образом. С одной стороны, социально-психологические отношения изучаются с точки зрения их обусловленности объективными социально-экономическими условиями жизнедеятельности экономических субъектов, а с другой — в качестве субъективных социально-психологических факторов, оказывающих существенное влияние на деловую активность и экономическое поведение субъектов.

Появлению этой книги предшествовал многолетний опыт исследовательской работы, в ходе которой мне посчастливилось сотрудничать со многими замечательными людьми. Я хочу начать с благодарности моему учителю и научному руководителю — Анатолию Лактионовичу Журавлеву, который является инициатором данной программы и постоянным генератором идей, эмпирических исследований и публикаций. Я глубоко благодарен Екатерине Васильевне Шороховой, которая на протяжении многих лет выступала научным редактором моих публикаций и критическими замечаниями и мудрыми, доброжелательными советами помогала мне в осмыслении полученных результатов и в подготовке научных публикаций.

Хочу поблагодарить моих коллег из сектора философии хозяйства Института философии РАН, чей исследовательский и человеческий интерес к судьбе русского крестьянства помогал мне и поддерживал меня: Сергея Анатольевича Никольского, Сергея Домникова, Ирину Кознову, Петра Симуша, Владислава Шердакова, Елену и Василия Филипповых, Андрея Элеза, вместе с ними я участвовал в проведении уникальных полевых исследований сельских жителей и в научных диспутах. Я также благодарен своим уважаемым коллегам — Евгению Дмитриевичу Дорофееву и Елене Валериевне Тугаревой, вместе с которыми мы начинали эмпирические исследования российских предпринимателей в 1991 г. В организации сбора эмпирических данных на разных этапах принимали участие наши коллеги из московских и региональных центров социально-психологических исследований: В. А. Сумарокова (Москва), В. В. Спасенников (Калуга), Ю. В. Лунев (Курск), А. В. Лоскутов (Самара), А. Д. Карнышев (Иркутск), Ж. А. Жилина (Владимир), А. А. Максименко (Кострома), Н. В. Ключева (Ярославль), Д. А. Китова (Черкесск), им я также благодарен. Начиная с 1994 г. в эти исследования активно включились мои ученики, аспиранты Института психологии РАН. Особенно хочу поблагодарить Евгению Борисовну Филинкову, Ольгу Ивановну Титову, Татьяну Сергеевну Вавакину и Екатерину Александровну Груздеву (Никуло), чье участие в программе является просто неоценимым.

Я вновь благодарю мою любимую жену Нину Николаевну Познякову за постоянную поддержку в работе и помощь в подготовке рукописи к публикации.

Раздел 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

ВВЕДЕНИЕ

Идея отношения — одна из фундаментальных научных идей. Ее разработка в философии, математике, логике, психологии привела к выделению специальных разделов знания, обозначаемых в каждой из названных областей знания понятием «теория отношений». Понятие отношения активно используется как в биологии и физиологии, так и в социологии и ряде других социогуманитарных наук. Наверное, нельзя найти научную дисциплину, в которой оно не употреблялось хотя бы в качестве вспомогательного, интуитивно очевидного понятия.

Понятие психологических отношений человека, первоначально введенное в систему теоретических представлений для характеристики особенностей личности, в течение последних десятилетий приобрело статус одной из основных категорий и занимает одно из центральных мест в системе понятий психологической науки. По своему содержанию оно пересекается с такими фундаментальными психологическими категориями, как сознание, познание и переживание, личность, общение и деятельность. Оно входит составной частью в определение наиболее важных понятий как общей психологии (характер, направленность), так и социальной психологии (межличностные отношения, межгрупповые отношения, социально-психологический климат).

Являясь междисциплинарным, используемым целым рядом наук, понятие «отношение» выполняет важную гносеологическую функцию, позволяя проследить взаимосвязь мира психологических отношений личности с миром объективных связей и отношений, существующих в окружающей действительности, в первую очередь, общественных отношений. Вместе с тем во многом именно в силу чрезвычайно широкого объема содержания понятия «психологические отношения», его связь с другими понятиями с трудом поддаются однозначному определению.

В этой связи актуальной научной задачей представляется анализ развития теоретических представлений, современного состояния и перспектив дальнейших исследований психологических отношений человека. Являясь одним из базовых понятий, т. е. категорией общей психологии, понятие «психологические отношения» в последние годы занимает все более значительное место в социальной психологии, где наряду с категорией социального взаимодействия оно приобретает статус системообразующей категории. При этом в рамках социальной психологии оно используется, прежде всего, для теоретико-эмпирического анализа и описания социально-психологических аспектов социальных связей, складывающихся между индивидами и социальными группами. Второй задачей, которую мы ставим перед собой в данном разделе, является историко-психологический анализ теоретических представлений и эмпирических исследований межличностных и межгрупповых отношений. Третьей задачей является изложение системы авторских представлений о содержании понятия психологических отношений, его связи с системой других базовых категорий психологической науки, эмпирических референтах и методах исследования психологических отношений. Теоретический анализ феномена психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности предполагает рассмотрение содержания центральных понятий, сочетание которых определяет интересующую нас область исследований: это понятия «отношение» (точнее, «психологические отношения») и «совместная жизнедеятельность», а также «субъект совместной жизнедеятельности» и «субъект психологических отношений».

Глава 1

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Этапы исследования психологических отношений

В фундаментальной работе, посвященной истории и теории психологии отношений, Е. В. Левченко отмечает, что истоки «отношения» как психологического понятия находятся, с одной стороны, в философии и логике, с другой – в биологии. Автором выделяется логико-философская, биологическая и интроспективно-психологическая линии развития идеи отношения (Левченко, 2003). Исторически первой появилась логико-философская линия рассмотрения понятия «отношение» (Аристотель, Дж. С. Милль, М. М. Троицкий). Аристотель, например, предлагал судить о том, что такое бытие, путем анализа высказываний о бытии. Он выделил десять родовых понятий: сущность, качество, количество, отношение, действие, страдание, место, время, состояние, обладание. Так, отношение было включено в число предельно обобщенных категорий. Глубокий анализ отношения как философской категории представлен в работах В. Н. Сагатовского (1973), В. И. Свидерского (1983), А. И. Уёмова (1963) и др. В рамках интроспективно-психологической линии развития понятия «отношение», представленной работами И. Ф. Гербарта, В. Вундта, Г. Гефдинга, это понятие употреблялось как вспомогательное, интуитивно очевидное. В качестве специального предмета исследования и одного из центральных, используемых для описания и анализа психических явлений, понятие «отношение» разрабатывается в трудах М. М. Троицкого (1882). Подходы отечественных исследователей, пытавшихся в конце XIX–начале XX в. найти способы описания психического в наиболее концентрированном виде реализовались во взглядах М. М. Троицкого, для которого был характерен взгляд на психическое как на открытую взаимодействию с миром систему, понимание психических отношений как субъектно-объектных. М. М. Троицкий первым предложил рассматривать все многообразие психических яв-

лений как «факты психических отношений». Он же первым предложил использовать пять независимых оснований для классификации психических отношений: страдательные и деятельные; мысленные и действительные; непроизводительные и производительные; потенциальные и актуальные; прямые и возвратные. По мнению Е. В. Левченко, именно Троицкий первым из отечественных ученых создал психологическую концепцию, в основу которой положено понимание психических явлений как отношений (Левченко, 2003). Однако в истории психологии отношений его концепция обособлена от других, автономна; прямые ссылки на нее в работах последователей отсутствуют.

Биологическая линия развития этого понятия появилась значительно позже логико-философской и состояла в описании идеи отношения организма к среде, противопоставленной изучению изолированного, оторванного от среды организма (Ч. Дарвин, Г. Спенсер, Н. Я. Грот). Идея отношения организма к среде явилась одной из базовых основ концептуальных представлений таких видных российских психологов, как В. М. Бехтерев, А. Ф. Лазурский, М. Я. Басов, В. Н. Мясищев. В восходящем к биологии эволюционном подходе Г. Спенсера идея отношения приобретает смысл идеи субъектно-объектной связи, отношения организма к среде, предполагающей рассмотрение нового целого: системы «организм—среда» с позиции стороннего наблюдателя. Н. Я. Грот, отмечая противоречие между наблюдаемой активностью субъектной стороны и ее пассивностью в трактовке Спенсера, определяет отношение сначала как взаимодействие, а затем как деятельность. В. М. Бехтерев, разрабатывая основы рефлексологии, использует понятие «отношение организма к среде», понимая под ним одну из сторон в двустороннем процессе разнообразного взаимодействия организма со средой. В психологической концепции В. М. Бехтерева предпринята попытка объединения применительно к идее отношения представлений о субъектно-объектной связи и активности отношения. В. М. Бехтерев, рассматривая отношение организма к среде, полагал, что данное отношение характеризуется активностью и избирательностью, а на уровне личности становится индивидуальным, целесообразно-активным и самостоятельным (Бехтерев, 1999).

В работах А. Ф. Лазурского понятие «отношение» получило более конкретное и детальное психологическое наполнение. А. Ф. Лазурский использовал его для обозначения активного избирательного приспособления личности к окружающей среде. В качестве синонимов этого понятия он называет «склонность», «потребность» и «интерес».

Автор отмечает, что отношения личности могут быть более или менее развитыми, утонченными, дифференцированными, а отсутствие отношения проявляется в равнодушии или безразличии к какому-либо объекту. Отношения проявляются не только в действиях, но и во взглядах, мировоззрениях человека. Совокупность отношений человека составляет одну из сторон его личности — экзопсихику. Объекты отношения, которыми мог интересоваться человек и на которые мог реагировать, понимались А. Ф. Лазурским весьма широко: материальные вещи, социальные группы и другие личности, различные явления душевной жизни и т. д. Концепция психологических отношений использовалась им для обоснования устойчивой и закономерной связи личности с различными объектами внешней среды (Лазурский, 1997).

Продолжая развивать эту идею, М. Я. Басов утверждал, что организм взаимодействует не со средой вообще, а с определенной структурированной ее частью, выделение которой зависит от возможностей организма. Эту особенность взаимодействия организма со средой М. Я. Басов описывает с помощью понятия временного и пространственного радиуса среды (Басов, 1930). В связи с понятием среды М. Я. Басов рассматривает жизненно значимые или средовые отношения (объективные и избирательные), которые собственно и обеспечивают превращение объективной реальности в среду. Автор отмечает, что всякое отношение становится жизненно значимым для организма и, следовательно, его средовым отношением тогда, когда фактор, противостоящий организму, оказывает на него то или иное воздействие, т. е. влияние на жизнь, на развитие данного организма. В концепции М. Я. Басова идея отношения воплощается как идея симметричной субъектно-объектной связи, предполагающей соучастие субъектной и объектной сторон в ее создании и развитии. При этом организм и среда рассматриваются исследователем как две соотносящиеся органически целостные системы. Взаимодействие оказывается взаимодействием систем в целом, а не отдельных их частей. И стимул, и реакция не выступают изолированно, обособленно, но вовлекают во взаимодействие и общую ситуацию взаимодействия, фон, и общее состояние или общую установку организма. В целом особенностью трактовки М. Я. Басовым методологического принципа отношения организма к среде является понимание отношения как взаимоотношения, т. е. соучастия его субъектной и объектной сторон в развертывании и организации деятельности.

Историко-психологический анализ показывает, что идея отношения довольно быстро приобрела в психологии характер фундамен-

тальной. Она использовалась для описания предмета психологии, сущности психического, применялась в концепциях, авторы которых притязали на создание новой системы психологических взглядов, охватывающей психику вообще, психическое в целом — в концепциях уровня новой психологии (Левченко, 2003).

Признавая справедливым и уместным выделение названных выше истоков и линий развития идеи отношения в психологической науке (логики-философской, биологической и интроспективно-психологической), нельзя не обратить внимание еще на одну такую «линию», особенно важную для понимания и научного анализа психологических отношений человека — линию, идущую от социологии и всего комплекса социальных наук. В социологии, как и в экономике и в ряде гуманитарных наук, например, в культурологии, антропологии и др., понятие «отношение» достаточно широко используется для обозначения социальных связей между людьми, возникающих и реализуемых ими в процессе социального взаимодействия. Для обозначения, классификации и анализа этих связей в общественных науках чаще всего используется понятие общественных или социальных отношений. В советский период развития отечественной психологии очень распространенной была ссылка на высказывание Маркса о том, что сущность человека не есть абстракт, присущий отдельному индивиду, но представляет собой совокупность всех общественных отношений. Детальное раскрытие и анализ этой линии развития идеи отношения в психологической науке является предметом специального рассмотрения. В рамках данной публикации отметим лишь принципиально важное для нас положение о необходимости четкого разграничения в данном контексте понятий «психология отношений» и «психологические отношения». Отсутствие такого разграничения приводит к «размытости» и неопределенности смыслов, которые вкладывают исследователи, оперирующие термином отношения в психологических работах. Так, по нашему мнению, когда мы говорим о психологических аспектах отношений собственности или отношений власти и т. п. или о психологических отношениях личности к собственности или власти, речь идет о разных феноменах, и это различие требует строгого разграничения. Глубокий анализ этой «линии» в понимании психологических отношений человека дан в статье Б. Ф. Ломова (1981) «Личность в системе отношений». Более подробный анализ соотношения понятий общественных и психологических отношений будет представлен во второй главе монографии при изложении авторской концепции психологических отношений субъектов совместной жизнедеятельности.

Вклад В. Н. Мясищева в разработку теории психологических отношений человека

В. Н. Мясищев является учеником и продолжателем развития теоретических представлений и эмпирических исследований, начатых его учителями В. М. Бехтеревым и А. Ф. Лазурским. Характерно, что уже в своей первой научной работе, выполненной еще в студенческие годы, В. Н. Мясищев осуществляет блестящую попытку реализовать программу психологического изучения отношений личности, разработанную А. Ф. Лазурским и С. Л. Франком (Мясищев, 1914). Основываясь на идеях А. Ф. Лазурского, исходя из концепции эндо- и экзопсихики, В. Н. Мясищев в отличие от А. Ф. Лазурского делает акцент на втором компоненте — экзопсихике. Обозначая его первоначально как мир отношений субъекта, В. Н. Мясищев предлагает свой интегральный подход в психологии. Единицей анализа в данном подходе является личность, а ключевым понятием — отношение. В. Н. Мясищев формулирует проблему психологии отношений, делает отношение предметом специального анализа, дает ему одно из первых развернутых определений. «Психологические отношения человека в развитом виде представляют целостную систему индивидуальных, избирательных, сознательных связей личности с различными сторонами объективной действительности. Эта система вытекает из всей истории развития человека, она выражает его личный опыт и внутренне определяет его действия, его переживания» (Мясищев, 1957, с. 143).

Он рассматривает личность как систему отношений; термин «отношение» используется и при определении других психологических понятий. В структуре психологических отношений В. Н. Мясищев выделяет следующие компоненты: потребностная или конативная (как тенденция тяготения к объекту, овладения им); эмоциональная (например, привязанность, антипатия и т. п.); познавательная (интересы, оценки и убеждения). В. Н. Мясищев включает деятельность в определение предмета психологии, но подчиняет процессуальный план потенциальному, говоря об изучении личности в ее сознательной деятельности. Рассматривая в качестве предмета (объекта) отношений различные виды деятельности, В. Н. Мясищев различает непосредственное отношение, которое определяется отношением к процессу, к цели и обстановке деятельности, а также активным или пассивным состоянием человека, и опосредствованное отношение, которое определяется местом ожидаемого результата деятельности в системе целей личности. Это положение имеет прин-

ципиальное значение для анализа психологических отношений субъектов совместной жизнедеятельности, поскольку в последнем случае речь идет о выборе (предпочтении) не только тех или иных условий жизнедеятельности, но и о выборе ее конкретных способов, видов.

Во взаимоотношениях между субъектами В. Н. Мясищев выделяет в особый вид «оценочные отношения», формирующиеся в связи с этическими, эстетическими, юридическими и другими критериями поступков и переживаний человека. Он подчеркивает, что отношения человека обусловлены всей историей его развития, общественно-историческим опытом, который является основой внутреннего мира человека, выражают его личный опыт и внутренне определяют его действия, его переживания. В. Н. Мясищев понимал отношение как особое состояние сознания личности, предшествующее его поведению (Мясищев, 1960).

Подобных взглядов придерживается Г. М. Андреева: «Отношение, понимаемое как система временных связей человека как личности-субъекта со всей действительностью или с ее отдельными сторонами» (см: Мясищев, 1960, с. 150), объясняет как раз направленность будущего поведения личности. Отношение и есть своеобразная predisposition, предрасположенность к каким-то объектам, которая позволяет ожидать раскрытия себя в реальных актах действия (Андреева, 1997, с. 282–283).

Теоретические представления В. Н. Мясищева о психологических отношениях складывались и развивались на протяжении нескольких десятилетий и имеют различные смыслы. В разных своих работах В. Н. Мясищев характеризует психологическое отношение как связь субъекта и объекта, как позицию субъекта во взаимодействии со средой, как предмет психологии в соответствии с определением психического в качестве системы отношений, как одну из фундаментальных категорий психологии, определяющую отношения — как особый класс психических явлений (отношение как психическое образование) наряду с психическими процессами, состояниями и свойствами личности, наконец, как специальный раздел психологии, связанный с изучением целей, потребностей, интересов, идеалов, оценок и т. п. личности. Развивая взгляды своих предшественников на отношение как субъектно-объектную связь, В. Н. Мясищев специально подчеркивает активный, избирательный, сознательный характер этой связи и целостность личности как субъекта этой связи.

В. Н. Мясищев считал целесообразным выделение специального раздела психологии, в котором должны изучаться цели, стремления,

тенденции, интересы, оценки, идеалы, потребности, убеждения. Характеризуя личность, он отмечает ее направленность как доминирующее отношение, т. е. большую или меньшую активность, реактивность, эффективность в отношении к тем или иным объектам. Первым в отечественной психологии В. Н. Мясищев поставил вопрос о связи психологических отношений с основными группами психологических явлений: процессов, состояний и свойств личности. Этот вопрос имеет принципиальное значение для нашего исследования, поскольку именно психологические отношения представляются нам теми психологическими образованиями, которые играют наиболее важную роль в детерминации социального поведения и динамика которых выступает следствием, результатом изменения социально-экономических отношений в обществе. Для психологических отношений характерно сочетание стабильности, устойчивости (по сравнению с психическими процессами и состояниями) и одновременно пластичности, изменчивости (по сравнению с психологическими свойствами). Мы считаем правомерной постановку вопроса о том, что психологические отношения выступают специальным, самостоятельным классом психических явлений. По сравнению со всеми рассмотренными нами выше системами взглядов концепция В. Н. Мясищева наиболее проработана, именно она послужила отправной точкой для современного этапа развития теории отношений.

Развитие теории отношений в советский период отечественной психологии

Начиная с работ В. Н. Мясищева понятие психологических отношений «как системы временных связей человека как личности — субъекта со всей действительностью или с ее отдельными сторонами» (Мясищев, 1960, с. 150), прочно входит в лексикон отечественной психологической науки. Категорию психологических отношений активно использовали и развивали в своих работах ведущие российские психологи. По мнению С. Л. Рубинштейна, в процессе жизнедеятельности человек реализует и утверждает себя: как субъект в своем отношении к объектам, им порожденным, и как личность в своем отношении к другим людям, на которых он в своей деятельности воздействует, с которыми он через нее вступает в контакт: «Реально мы всегда имеем два взаимосвязанных отношения — человек и бытие, человек и другой человек (другие люди). Эти два отношения взаимосвязаны и взаимообусловлены» (Рубинштейн, 1973, с. 256). А. В. Петровский и М. Г. Ярошевский рассматривают отноше-

ние как одну из характеристик сознания (наряду со знанием, самосознанием, обеспечением целеполагающей деятельности человека). При этом отношение как характеристику сознания авторы связывают с «миром чувств, где находят отражение сложные объективные и, прежде всего, общественные отношения, в которые включен человек» (Краткий психологический словарь, 1985, с. 30). К. К. Платонов также рассматривает отношение как неотъемлемое свойство, атрибут сознания. Автор справедливо указывает, что имеющиеся «определения отношений как психических явлений не дают возможности четко ограничить их от сознания в целом». Однако, утверждая, что «отношение — это только один из трех основных компонентов сознания, но не все сознание в целом», К. К. Платонов вместе с тем допускает, что отношение может выступать в единстве с переживанием («отношение как переживание») или в единстве с познанием («отношение как знание») (Платонов, 1972, с. 95).

Особое место занимает понятие «отношение» в диспозиционной концепции личности, развиваемой В. А. Ядовым. В иерархической структуре диспозиций личности, реализующей ее поведение в различных условиях и ситуациях, в качестве одного из уровней автор выделяет социальные фиксированные установки, которые образуются на основе оперирования с отдельными социальными объектами и в разных конкретных ситуациях (Ядов, 1979, с. 109). В отличие от элементарных фиксированных установок, которые «лишены модальности (переживание "за" или "против") и не осознаваемы (отсутствуют когнитивные компоненты), социальные фиксированные установки осознаваемы и "обладают сложной структурой, включающей эмоциональный (или оценочный), когнитивный (рассудочный) и собственно поведенческий (аспект поведенческой готовности)» компоненты. Иными словами, это «аттитюд» или «отношение», по В. Н. Мясищеву (там же).

Рассматривая соотношение категорий «отношение» и «знание» с более общей категорией «сознание», некоторые авторы, например, В. В. Селиванов (1999), отмечают его подобие соотношению понятий «значение» и «смысл» в теории А. Н. Леонтьева. Эти рядоположные понятия фиксируют различные аспекты анализа индивидуального сознания. Например, понятие «значение» прямо связывает содержание сознания с культурно-историческим опытом, фиксированным в языке, тогда как понятие «знание» как характеристика индивидуального сознания связано не только со знаковой, но и с образной сферой сознания, включающей, например, представления. Понятие «отношение» подчеркивает роль социально-нормативных основа-

ний оценки объекта отношения, тогда как понятие «смысл» в большей степени фиксирует именно познавательный аспект этого компонента сознания.

Место категории психологического отношения в системе понятий социальной психологии, характеризующих явления индивидуального и группового сознания

В последние десятилетия в социальной психологии все более широкое применение находят понятия, используемые для обозначения групповых психических явлений, т. е. таких феноменов психики, в качестве субъектов, активных носителей которых выступают не только отдельные индивиды, но и социальные общности.

С одной стороны, необходимость и правомерность такого рассмотрения диктуется, запросами социальной практики, где решение целого ряда социальных проблем предполагает изучение именно групповых, а не только индивидуальных психических явлений. Массовые политические движения, межэтнические и межконфессиональные конфликты, усиление социально-экономической дифференциации и стратификации общества, разрыв связей между представителями разных поколений, не столь заметные, но очень существенные изменения в гендерных отношениях — эти и многие другие социальные изменения свидетельствуют об усилении процессов межгрупповой дифференциации и даже дезинтеграции в современном российском обществе. Разрешение этих проблем предполагает необходимость исследования и учета психологических особенностей представителей тех социальных общностей, которые возникают в результате фундаментальных изменений в обществе.

С другой стороны, необходимость и правомерность исследования групповых психических явлений определяется современными представлениями о предмете социальной психологии, в которых в качестве объектов исследования рассматриваются не только личность, но и социальные общности — большие и малые социальные группы.

Именно этими обстоятельствами объясняется, по нашему мнению, активный интерес социальных психологов и представителей смежных наук к таким фундаментальным психологическим категориям, как «представления», «отношения», «познание», «сознание» и т. д., попытка их использования не только в традиционном для общей психологии контексте — для описания и анализа явлений индивидуальной психики и сознания, но и для описания, а также анализа групповых психических явлений и явлений группового сознания. Имеются в ви-

ду, прежде всего, такие направления современной социальной психологии, в которых центральными категориями выступают «социальная установка», «социальные представления» и «психологические отношения». Выбор именно данных категорий и ограничение рамок теоретического анализа обусловлены, с одной стороны, тем, что они выступают ключевыми понятиями для фундаментальных научных направлений, сложившихся в современной социальной психологии и имеющих статус категорий. С другой стороны, они широко используются при анализе результатов эмпирических социально-психологических исследований и являются в значительной степени операционализированными. Но самое главное состоит в том, что именно эти понятия в совокупности позволяют описать целостную картину психических явлений, характеризующих как индивидуальных, так и групповых субъектов.

Имеются в виду сложившиеся в современной социально-психологической науке представления о трехкомпонентной структуре психических явлений. Теоретический анализ выполняется разными исследователями применительно к разным объектам: личности, межличностному взаимодействию, группам и межгрупповому взаимодействию, взаимодействию между личностью и группой. На всех перечисленных уровнях анализа исследователи выделяют в качестве элементов (компонентов, сторон, аспектов) изучаемых социально-психологических явлений познавательный (когнитивный, т. е. связанный со знанием, познанием и т. п. о том или ином социальном объекте), эмоционально-оценочный (аффективный, экспрессивный, т. е. связанный с эмоционально окрашенными переживаниями по отношению к данному объекту) и поведенческий (конативный, мотивационный, волевой, т. е. связанный с готовностью к определенному поведению в отношении социального объекта). Это дает основания полагать, что строение структуры рассматриваемых психических явлений устойчиво и закономерно и свидетельствует о конструктивности выделения в рамках научного анализа именно этих сторон или аспектов социальной психики в качестве относительно самостоятельных.

В таком случае в качестве основного теоретического положения предлагаемого подхода к систематизации базовых понятий социальной психологии можно предложить положение о том, что в рамках всех трех рассматриваемых нами направлений современной социальной психологии (теории социальных представлений, теории психологических отношений и теории социальной установки) осуществляется теоретический анализ и эмпирические исследования онтологичес-

ки единой и целостной совокупности психических явлений, характеризующих личность и группу как субъектов социального взаимодействия. Сходство теоретических представлений, разрабатываемых в рамках указанных подходов, состоит в том, что в них так или иначе ставятся и решаются проблемы взаимосвязи осознаваемых и неосознаваемых психических явлений (психики и сознания), психического субъективного отражения объективных социальных явлений; реального поведения субъектов (сознания и деятельности); соотношения индивидуального и группового уровней представленности явлений психики и сознания; устойчивости, стабильности и изменчивости, динамичности в развитии социально-психологических явлений; целостного и частного в их структуре; наконец соотношения собственно психического и собственно социального в исследуемых явлениях и выявления характера связи между ними.

Существенные различия между выделенными теоретическими направлениями связаны, по моему мнению, прежде всего, с акцентированным вниманием, которое традиционно уделяется в каждом из них к одной из сторон онтологически целостных и неделимых явлений социальной психики и сознания, эта сторона и является определяющей в содержании центрального понятия того или иного научного направления. Для теории социальных представлений такой стороной является когнитивная, познавательная, для теории психологических отношений — эмоционально оценочная, а для теории социальных установок — поведенческая, связанная с регуляцией поведения.

Правомерность предлагаемого теоретического подхода я обосновываю, прежде всего, результатами историко-теоретического анализа рассматриваемых научных направлений. Так, теория социальных представлений изначально складывалась как теория, объясняющая происхождение и развитие обыденного знания о социальных объектах, а значение центрального понятия этой теории прямо соотносится со сферой когнитивных, познавательных психических процессов и явлений (Емельянова, 2001, 2006). Теория психологических отношений личности в качестве одного из центральных своих положений формулирует положение о том, что в основе индивидуальных, избирательных сознательных связей личности с различными сторонами объективной действительности лежат потребности субъекта, и поэтому сами эти связи носят эмоционально насыщенный характер и в сознании их носителей представлены в форме эмоционально окрашенных переживаний (Мясищев, 1960). Кроме того, в русском языке слово «отношение» в одном из главных своих значений определяется как оценка объекта отношения, оценка своей связи с ним.

Наконец в теории социальных установок определение центрального понятия, как правило, дается через его соотнесение с понятием «поведение субъекта» и раскрывается как состояние готовности субъекта к определенному поведению в отношении социального объекта (Шихирев, 1999).

Сравнительный анализ содержания понятия «психологическое отношение» и таких понятий, как «установка», «социальная установка», «аттитюд», чрезвычайно сложен в силу того, что каждое из них трактуется различными исследователями по-разному. Так, термин социальная установка одними авторами (например, У. Томасом и С. Знанецки) определяется как психологический процесс, связанный с субъективным переживанием социальной ценности объекта, другими (например, Г. Оллпортом) как состояние психонервной готовности, складывающееся на основе опыта и оказывающее направляющее и динамическое влияние на реакции индивидов. Различия в трактовке термина «социальная установка» в западной социальной психологии во многом обусловлены различиями в исходных теоретических подходах. Попытки их эклектического объединения, связанные с выделением различных структурных компонентов социальной установки (видов, функций и т. д.), встречают серьезную и обоснованную критику (см.: Андреева, 1997; Шихирев, 1999). Неоднозначность понимания термина «социальная установка» усугубляется тем, что в отечественной психологической науке понятие установки во многом независимо от традиции исследования «социальных установок» разрабатывается в школе Д. Н. Узнадзе, где оно определяется как состояние готовности к поведению в данной ситуации и для удовлетворения определенной потребности. При этом ни социальные признаки объекта установки, ни осознание содержания самой установки не являются ее обязательными атрибутивными признаками. Представляется более правильным использовать термин «установка» для обозначения психологического (точнее, психофизиологического) состояния готовности субъекта к определенному поведению (в том числе социальному), а для обозначения содержательных, осознаваемых психологических связей человека с окружающим миром использовать термин «психологические отношения».

В последние годы в отечественной социальной психологии все более широко используется понятие «социальные представления» (Емельянова, 2006, 2016), теоретически и эмпирически разрабатываемое в школе французского психолога С. Московичи. По нашему мнению, тот факт, что все три понятия – социальные установки, социальные представления и психологические отношения – интен-

сивно используются в социальной психологии, связан с тем, что они раскрывают по преимуществу различные стороны онтологически единого сознания субъекта: познавательную, эмоциональную и регулятивную.

Именно обращение к более общей категории «сознание» позволяет более точно раскрыть смысл категории «психологические отношения личности». Понятие психологических отношений раскрывает в наибольшей степени такую существенную сторону сознания, как эмоционально окрашенная оценка социальных явлений, выступающих объектами сознания. Если когнитивная, познавательная сторона сознания фиксируется такими понятиями, как знания, представления, образы, значения и т. д., то понятие психологических отношений фиксирует другую, не менее важную сторону индивидуального и группового сознания, связанную с оценкой объектов и явлений окружающего мира. И личность, выступающая индивидуальным субъектом онтологически единого и целостного сознания, усваивает, воспроизводит и создает новые не только знания, но и отношения, оценки. Общность, разделенность этих индивидуальных знаний и оценок, возможность обмена ими, передачи от одного человека другому, является необходимым условием существования человеческого общества, совместной социальной жизни людей и человеческих общностей. В основе психологических отношений личности, носителем и субъектом которых выступает отдельный индивид, всегда лежат общественные, социальные отношения, субъектами которых являются социальные общности, группы.

Обращаясь к проблеме психологических отношений человека, Б. Ф. Ломов использует термин «субъективно-личностные отношения», которые он определяет как многомерную многоуровневую динамическую систему, как интегральное свойство личности, обуславливающее всю психическую жизнь человека. Рассматривая многомерность отношений, автор вводит понятие субъективного пространства отношений, которое включает в себя отношение к труду, собственности, другим людям и т. д. При этом субъективное пространство отношений может не совпадать с пространством общественных отношений, в которое личность включена объективно. По мнению Б. Ф. Ломова, с психологической точки зрения «термин „отношение“ подразумевает не только и не столько объективную связь личности с ее окружением, но, прежде всего, ее субъективную позицию в этом окружении. „Отношение“ здесь включает момент оценки, выражает пристрастность личности» (Ломов, 1984, с. 326). Выделяя субъективные отношения личности, Б. Ф. Ломов подчеркивает, что они формируются и прояв-

ляются, прежде всего, как отношения к людям. В свою очередь, отношения ко всем другим сферам действительности опосредуются именно этими субъективными отношениями (там же).

Вместе с тем детальный анализ практики использования рассматриваемых понятий в рамках конкретных теоретических и эмпирических исследований позволяет выделить тенденции, свидетельствующие о сходстве описываемых феноменов.

Во-первых, сторонники всех указанных направлений не ограничиваются рассмотрением какого-либо одного из трех аспектов или сторон в исследовании явлений социальной психики. Так или иначе в определениях всех трех понятий упомянуты и другие стороны этих явлений. В содержание социальных представлений наряду с собственно когнитивными образованиями авторы включают также эмоционально-оценочные и поведенческие. В структуре социальных установок также традиционно выделяются познавательный, эмоционально-оценочный и поведенческий компоненты. Наконец в классических определениях психологических отношений личности мы вновь обнаруживаем те же самые когнитивный, эмоциональный и поведенческий аспекты. Такое сходство в теоретических представлениях, сформировавшихся относительно независимо друг от друга в рамках разных научных направлений, убедительно свидетельствует в пользу того положения, что социальная психика и сознание субъекта как онтологически целостное образование имеет определенное строение, структуру, выделяемую в рамках научного анализа.

Во-вторых, представители всех рассматриваемых научных направлений использовали центральные понятия для описания и анализа явлений не только индивидуального, но и группового сознания (психики). Так, сторонники теории социальных представлений, изначально предназначенной для описания и анализа групповых психических явлений, ни в коей мере не отрицают того факта, что реальными носителями, субъектами этих представлений являются не только социальные группы, но и отдельные индивиды. В более широком плане соотношение индивидуального и группового в описании когнитивных (познавательных) сторон человеческой психики отражено в таких понятиях, как «межличностное и межгрупповое восприятие», «социальный стереотип», «восприятие человека человеком» и т. д. Понятие «психологическое отношение», изначально определявшееся как психологическое отношение личности, в рамках социальной психологии приобрело статус более общей категории, используемой для описания и анализа психических явлений, возникающих в процессе межиндивидуального и межгруппового

общения, а также взаимодействия между личностью и группой. Это нашло свое отражение в таких широко используемых социальными психологами понятиях, как «межличностные и межгрупповые отношения», «социально-психологические отношения» и т. п. (Агеев, 1990; Обозов, 1979; Позняков, 2000; Сушков, 1999; и др.). Наконец, в теории социальной установки также есть опыт распространения центрального понятия за рамки изучения личности, хотя изначально термин «социальная установка» использовался именно в таком значении (социальные установки личности). Однако определение понятий «стереотип» и «предрассудок» как разновидностей социальной установки в теории и широкий опыт его использования в практике массовых социальных исследований при анализе общественного мнения, особенностей установок представителей различных социальных групп позволяет рассматривать понятие социальной установки как вполне применимое для описания и анализа групповых психических явлений. В эмпирическом исследовании, выполненном Г. А. Мингалеевой под руководством П. Н. Шихирева, используется понятие групповых социальных установок (Мингалеева, 1985). Отсюда можно сделать вывод о некорректности жесткой привязки рассматриваемых понятий только к какому-либо одному (личностному, межличностному, групповому или межгрупповому) уровню анализа социально-психологических явлений.

Правомерность таких представлений о подтверждает и практика эмпирических исследований групповых социально-психологических явлений, в рамках какого бы теоретического направления они ни выполнялись и каким бы центральным понятием их авторы ни пользовались. Основным методом сбора эмпирических данных в такого рода исследованиях является опрос. Исходные показатели — высказывания респондентов, фиксирующие их индивидуальные представления, мнения, оценки, намерения и т. п. И уже затем в ходе количественного и качественного анализа полученных эмпирических данных исследователь выделяет, описывает и анализирует общие и особенные содержательные характеристики изучаемых явлений, интерпретируемые им в качестве групповых.

В третьих, представители всех трех рассматриваемых научных направлений при анализе исследуемых социально-психологических явлений так или иначе ставили и решали проблему соотношения их устойчивости (стабильности) и изменчивости (динамичности). В концепции социальных представлений проблема конструирования представлений является одной из центральных. В качестве основного процесса, в рамках которого происходит формирование, усвоение

и развитие социальных представлений, один из авторов концепции С. Москвичи рассматривает повседневное межличностное общение. Другим мощным социальным механизмом формирования социальных представлений являются средства массовой информации и коммуникации. Внимание к этим явлениям общественной жизни уделяют исследователи, ориентированные на теорию социальных установок. Проблема формирования и изменения социальных установок является одной из традиционных и наиболее активно разрабатываемых как в теоретической, так и в прикладной социальной психологии. Понятие «психологические отношения личности» один из авторов этой концепции В. Н. Мясищев определял как систему осознаваемых, избирательных, *временных* связей личности субъекта с окружающей действительностью (Мясищев, 1957), которая формируется в течение всего жизненного пути человека. В этом определении изначально подчеркивался не только устойчивый, фиксируемый в структуре личности, но и динамический, процессуальный характер ее психологических отношений. Выполненный нами теоретико-эмпирический анализ психологических отношений субъектов экономической деятельности в условиях изменения форм собственности привел к выводу о том, что психологические отношения субъекта являются динамическими характеристиками сознания. С одной стороны, это проявляется в их изменчивости в историческом времени жизнедеятельности субъекта отношений. Об этом свидетельствуют результаты исследования динамики социально-психологических отношений личности и группы в изменяющихся социально-экономических условиях, выполненных в лаборатории социальной и экономической психологии ИП РАН под руководством А. Л. Журавлева (Динамика социально-психологических явлений..., 1966; Социально-психологическая динамика..., 1988), в том числе исследования автора данной книги. Но динамический, процессуальный характер проявляется и в структуре содержания самих психологических отношений, в которой временной аспект формирования и развития психологических связей субъекта с социальными объектами этих отношений представлен в виде временного континуума (прошлое, настоящее и будущее этих связей). Более поздние исследования, в частности, исследование, выполненное Д. А. Балухто под руководством А. А. Обознова (Балухто, 2006), позволяют говорить о динамичности, изменчивости психологических отношений еще в одном аспекте, а именно в аспекте контекста тех обстоятельств, ситуаций, в рамках которых эти отношения актуализируются и исследуются. Таким образом, все рассматриваемые теории отмечают сочетание устойчивос-

ти и изменчивости как характерную особенность явлений индивидуального и группового сознания.

В-четвертых, в рамках всех этих направлений так или иначе ставится фундаментальная для психологической науки проблема взаимосвязи психических и социальных явлений. Эта проблема фиксируется уже в формулировке центральных понятий данных направлений, одно из которых (понятий) является социальным, а другое — психологическим (в смысле общей психологии): «социальные представления», «социальные установки личности», «психологические (социально-психологические) отношения». Социальность рассматриваемых понятий и концепций в целом представлена в различных планах. Во-первых, речь идет о социальной (общественной) обусловленности рассматриваемых явлений индивидуального и группового сознания, на что прямо указывают практически все авторы. Однако характер этой обусловленности следует конкретизировать. Она проявляется, с одной стороны, в том, что как явления индивидуального сознания, социальные представления, психологические отношения и социальные установки личности формируются в процессе социализации, т. е. активного усвоения субъектом социальных, исторически определенных и культурно своеобразных знаний, ценностей, норм и т. п. С другой стороны, речь идет о прямом влиянии, воздействии изменяющихся социальных условий жизнедеятельности на формирование и изменение содержательных характеристик сознания субъектов.

Во-вторых, социальность рассматриваемых понятий и определяемых ими явлений представлена в социальном характере объектов и социальном характере содержания рассматриваемых явлений индивидуального и группового сознания. Такими объектами являются, прежде всего, социальные объекты, т. е. явления общественной жизни: социальные явления, общественные институты, нормы и правила поведения, различные виды социальной активности и их субъекты — окружающие люди, социальные группы и сам человек как субъект сознания. Поэтому содержанием рассматриваемых социально-психологических явлений — представлений, отношений, намерений и т. д. — выступает субъективное отражение в психике, сознании субъекта различных явлений общественной жизни. В наиболее общем виде результаты этого отражения суть социальные знания — знания о социальных объектах и отношение к этому знанию, а также различные поведенческие образования, выступающие психическими регуляторами социального поведения субъекта.

Универсальной функцией всех рассматриваемых явлений индивидуального и группового сознания является функция регуляции со-

циального поведения. Реализация этой функции раскрывает еще одну линию взаимосвязей психического и социального. Социальные действия и взаимодействия субъектов, регулируемые совокупностью рассматриваемых психических явлений (представлений, установок, отношений), выступают непосредственными событиями общественной жизни, проявлениями социальной активности, из совокупности которых складывается социальная жизнедеятельность общества. Продукты этой активности, материальные и идеальные, образуют элементы культуры и социальных институтов общества, конкретно-исторические особенности которых содержательно определяют своеобразием социального содержания явлений индивидуального и группового сознания – представлений, установок, отношений, ценностей и т. п.

Результаты проведенного теоретического анализа позволяют сделать вывод о том, что рассматриваемые теоретические направления и содержание базовых категорий, лежащих в их основе, не противоречат, а дополняют друг друга. Рассматриваемые в совокупности, они позволяют более полно и глубоко характеризовать совокупность явлений индивидуального и группового сознания. Перед психологической наукой стоит важная задача интеграции теоретического и эмпирического знания, накопленного в рамках этих направлений.

Современное состояние исследований психологических отношений

За последние годы в нашей стране выполнено большое число научных исследований, посвященных проблеме психологических отношений, способствовавших развитию и дальнейшей разработке данной проблемы, в том числе в социальной психологии. Эта разработка связана с введением в систему социально-психологического знания таких понятий, как межличностные отношения (Обозов, 1990), межгрупповые отношения (Агеев, 1989), взаимоотношения (Сушков, 1999), социально-психологические отношения (Шорохова и др., 1977), человеческие отношения (Кроник, Кроник, 1998), эмоциональные отношения (Гозман, 1987), отношения межличностной значимости (Кондратьев, Кондратьев, 2006), отношения значимых других (Абульханова-Славская, Гордиенко, 2001) и др. В смежных отраслях психологии разрабатываются такие понятия, как отношение человека к деятельности (Зобков, 2011), профессионально-ответственное отношение к труду (Муконина, 2002), отношение к смене профессии (Балухто, 2006) и т. п. В лаборатории социальной и экономической

психологии ИП РАН выполнен ряд научных исследований, предметом которых выступали психологические отношения (См., например: Вавакина, 2011; Воробьева, Купрейченко, 2012; Купрейченко, 2001; Нестик, 2011; Никуло, 2013; Табхарова, 2008; Титова, 2007; Хромова, 2011; и др.). Проблемы и перспективы психологических исследований отношения человека к жизнедеятельности стали предметом регулярных обсуждений и дискуссий на международных научно-практических конференциях, проводимых во Владимирском государственном университете по инициативе профессора В. А. Зобкова (Психология отношения человека..., 2013, 2016; и др.). Наряду с методологическими и теоретическими проблемами психологии отношений в материалах этих конференций представлены результаты исследований, выполненных с позиции психологии отношений в управлении организациями и предпринимательстве, в учебной и педагогической деятельности, в семейно-бытовой сфере, в спортивной деятельности и т. д.

Все это свидетельствует о высоком научном потенциале и востребованности идеи отношения в современной психологической науке. Вместе с тем в публикациях на прикладные, а нередко и научные темы понятие «отношение» используется как очевидный, общеупотребительный термин, не требующий детального раскрытия содержания. В лучшем случае просто делается ссылка на работы В. Н. Мясищева. В современной психологической науке ощущается явный дефицит работ обобщающего теоретического характера, раскрывающих историю и современное состояние разработки категории «психологические отношения».

Современное состояние исследований психологических отношений (за хронологические границы мы берем постсоветский период развития российской психологической науки, исследования и публикации, выполненные в XXI в.) характеризуется, прежде всего, дифференциацией исследований в этой области. Эта дифференциация связана, во-первых, с расширением круга объектов психологических отношений, выступающих предметом эмпирических исследований. В качестве новых направлений здесь можно назвать исследования отношения личности и группы к времени (Нестик, 2011), отношение к природе (Ясвин, 2000), отношение к деньгам (Фенько, 2004; Семенов, 2012), отношение к собственности (Карнышев, 2004; Китов, 2004), отношение к рекламе (Лебедев, 2005; Воробьева, Купрейченко, 2012), отношение к инновациям (Дробышева, Митькина, 2015), отношение к семье (Дёмина, 2004), отношение к табакокурению (Хромова, 2011), отношение к соблюдению нравственных норм

(Купрейченко, 2001), отношение к партнерству и конкуренции (Вавакина, 2011; Титова, 2007) и др.

Второе направление дифференциации исследований связано с конкретизацией субъектов психологических отношений. В качестве таковых выделяются субъекты экономической деятельности, в частности, предприниматели (Позняков, 2000, 2001; и др.), субъекты образовательного процесса, в частности, учащиеся (Зобков, 1993; Духновский, 2013; и др.) и т. д. Третье направление дифференциации исследований в области психологических отношений связано с конкретизацией самих психологических отношений человека, выделением новых его видов. Авторы вводят такие понятия, как «субъективные отношения», «субъективно-личностные отношения», «ценностно-смысловые отношения», «отношения межличностной значимости», «нравственно-психологические отношения» и т. п. В качестве самостоятельных научных направлений формируются психология межэтнических отношений (Гуриева, 2010), психология гендерных отношений (Клецина, 2005) и др.

Представляется, что введение данных понятий в систему представлений о психологических отношениях человека свидетельствует о сложности и многоаспектности этого феномена. Применительно к анализу взаимоотношений между людьми (или социально-психологических отношений в нашем понимании) дифференциация связана с выделением различных видов социальных связей между людьми, выступающих объектом социально-психологических исследований. Наряду с таким видами отношений, традиционно выступающих объектами эмпирических исследований, как трудовые, управленческие, межэтнические, детско-родительские и т. п., выделяются относительно новые виды отношений: межпоколенные в семье (Сапоровская, 2013), родительское (Ковалева, 2011) и др. Выделение новых видов отношений может проводиться сразу по двум основаниям, например, творческое отношение к учебе (Зобков, Пронина, 2008), нравственно-психологическое отношение к деньгам (Горбачева, Купрейченко, 2006) и др.

Этот процесс свидетельствует не только о дифференциации представлений о видах психологических отношений, но и о тенденции интеграции социально-психологической науки с другими отраслями социальных и гуманитарных наук. Действительно, какую бы сферу общественной жизни мы ни рассматривали, она характеризуется особенностями социального взаимодействия и социальных связей (отношений) между его субъектами. Эти отношения могут становиться объектом социально-психологических исследований, поскольку в со-

держании самих этих отношений неизбежно присутствует существенная доля субъективного, личностного, эмоционально-окрашенного. Представляется в этой связи целесообразным формирование нового комплексного научного направления в социальной психологии, которое можно обозначить как «психология социальных отношений».

Наконец, в качестве устойчивой тенденции развития социально-психологических исследований в последние годы следует указать на расширение круга социально-психологических феноменов, при определении и анализе которых исследователи обращаются к категории психологических отношений. Не имея возможности в рамках данной публикации проводить детальный анализ, ограничимся лишь перечислением некоторых из них: экологическое сознание (Н. Н. Хашенко, 2012), субъективное экономическое благополучие (В. А. Хашенко, 2012), доверие (Купрейченко, 2008; Табхарова, 2008) ответственность (Муздыбаев, 2010; Никуло, 2013), зависть (Бескова, 2011), социально-психологический капитал личности (Татарко, 2014), экономическое самоопределение (Журавлев, Купрейченко, 2007), психологическая дистанция между личностью и представителями различных социальных категорий (Журавлев, Купрейченко, 2001), социально-психологическое пространство личности (Соина, 2011; Журавлев, Купрейченко, 2012) и т. д. Укажем при этом на то, что одни из перечисленных нами феноменов, например доверие, прямо определяются в терминах психологических отношений. Другие, например экологическое сознание личности, субъективное экономическое благополучие, включают психологические отношения в качестве структурных элементов. Наконец, выделяются феномены, например зависть, содержание которых раскрывается через своеобразную комбинацию психологических отношений субъекта к предмету отношения, другому субъекту и самому себе.

Заключение

Экскурс в историю показывает, что «отношение» является одной из предельно обобщенных, универсальных категорий. Высокий уровень обобщенности позволяет широко использовать понятие «отношение» в разных областях знания и применительно к разным объектам и явлениям окружающей нас действительности. В психологии идея отношения приобретает особое значение, поскольку многими авторами начинает использоваться для описания самого предмета психологии и сущности психического. В то же время проведенный

анализ современных представлений о психологическом отношении приводит нас к пониманию того, что на сегодняшний день нельзя говорить о том, что существует стройная и завершенная теория психологических отношений. Перспективы дальнейших исследований психологических отношений человека в социальной психологии связываются нами с уточнением их структуры, функций и видов. Этой проблеме будет посвящена следующая глава монографии.

Глава 2

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ВНУТРИГРУППОВЫХ И МЕЖГРУППОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Психология межгрупповых отношений является одним из наиболее динамично развивающихся направлений в социальной психологии. Первые попытки описания и анализа межгруппового взаимодействия, прежде всего, межгрупповой агрессии, представлены уже в работах таких классиков социальной психологии, как Г. Лебон (Le Bon, 1896) и У. Макдугалл (McDougall, 1908). Однако регулярные эмпирические (в том числе экспериментальные) исследования в этой области начались только после Второй мировой войны. Одну из причин этого специалисты видят в специфике самого объекта исследований, который является традиционным для социологической науки. Между тем постановка проблемы межгрупповых отношений как социально-психологической имеет исключительное значение как для теории и методологии социальной психологии, так и для практики социального управления обществом.

Рассматривая специфику предмета социальной психологии, Б. Ф. Поршнев (1979) отмечает, что социальная психология только тогда может претендовать на статус самостоятельной научной дисциплины, когда исходной единицей психологического анализа становятся не отношения между индивидами, а отношения между общностями. Он считает, что специфическим объектом социально-психологической науки, изучение которого предполагает выход за рамки индивидуально-психологического исследования, является групповая общность, понимаемая не только как социальное объективное, но и как субъективное (психологическое) объединение людей.

Общая теория социальной психологии, по мнению Б. Ф. Поршнева, является не чем иным, как всесторонним психологическим анализом этого центрального понятия – понятия общности. В качестве психологической первопричины образования общности он выделяет не межличностные отношения и взаимодействия, складывающиеся

между отдельными индивидами и объединяющие людей в группы, а межгрупповые отношения, строящиеся по типу противопоставления и обособления, на основе которого формируются групповое самосознание и чувство общности.

Обособление отдельной социальной общности, даже противопоставление ее другим, является, по мнению автора, необходимым условием и изначальным импульсом к объединению людей, их осознанию и переживанию себя как общности. «Субъективная сторона всякой реально существующей общности, всякого коллектива конституируется путем этого двуединого или двустороннего психологического явления, которое мы обозначили выражением „мы“ и „они“, путем отличия от других общностей, коллективов, групп вовне и одновременного уподобления в чем-либо людей друг другу внутри» (Поршнева, 1979, с. 107). Процесс уподобления и процесс обособления, по мнению Б. Ф. Поршнева, взаимно противоположны, но в то же время они взаимодействуют, находятся в разнообразнейших сочетаниях.

Объединение людей в общности, протекающее как процесс обособления и противопоставления внешнему социальному окружению с одновременным уподоблением и единением общности внутри, является универсальным социально-психологическим механизмом, посредством которого реализуются и воспроизводятся отношения между социальными группами, т. е. общественные отношения. При этом социально-психологические общности, или «сцепления», являются, по меткому определению автора, своеобразной формой, которая в конкретных экономических и общественно-исторических условиях наполняется объективным общественным содержанием. Производственно-экономические и общественно-политические отношения, обуславливающие необходимость объединения и взаимодействия между людьми для выполнения совместной деятельности, а также необходимость взаимодействия между этими группами людей, служат объективной основой, базисом, на котором действует механизм межгрупповых отношений.

Основные теоретические подходы к исследованию межгрупповых отношений

Отличительной особенностью постановки проблемы межгрупповых отношений в западной социальной психологии является сочетание многообразия теоретических подходов с неизменностью тех реальных феноменов общественной жизни, которые эти подходы старались

объяснить. Речь идет, прежде всего, о феномене внешнегрупповой враждебности, универсальность и неизбежность которой при межгрупповом взаимодействии постулируют практически все западные социальные психологи. Существенной особенностью межгрупповых отношений является субъективность, пристрастность межгруппового восприятия и оценивания, которая проявляется в таких феноменах, как стереотипы и предрассудки (Майерс, 2010).

Одним из первых ученых, обративших внимание на психологические закономерности отношения между группами, был У. Самнер, описавший в опубликованной в 1906 г. работе «Народные обычаи» феномен этноцентризма. Этноцентризм проявляется в чувстве превосходства своей этнической и культурной группы и одновременной неприязни, враждебности по отношению к другим. В концепции этноцентризма У. Самнера (Sumner, 1906) преувеличение позитивных характеристик, приписываемых собственной этнической группе, и чувство превосходства своего этноса над другими неотделимо от проявлений негативного отношения и враждебности по отношению к представителям других этносов. При этом собственная этническая группа, ее культура, традиции, ценности и другие психологические особенности выступают в качестве эталона, центра восприятия и оценки других этнических групп. У. Самнер рассматривал этноцентризм как универсальный механизм взаимодействия между этническими группами, в соответствии с которым проявление негативизма и враждебности по отношению к другим этносам является необходимым условием поддержания внутригруппового единства в рамках собственного этноса. Изучению закономерностей и факторов, влияющих на проявление этноцентризма во взаимоотношениях между этническими группами посвящено значительное число эмпирических исследований (И. Амир, С. Бочнер, Р. Браун, Г. Трианидис и др.; см.: Андрушак, 1998; и др.).

Исследования межгрупповых отношений, выполненные психологами, можно условно объединить в рамках различных теоретических подходов. На ранних этапах исследований ученые нередко пытались объяснить проявления внешнегрупповой враждебности и агрессии внутриличностными, в частности, мотивационными особенностями индивидов. Так, в поздних работах З. Фрейда (1925) излагается система взглядов на природу и функции межгрупповой враждебности. Однозначно связывая внешнегрупповую враждебность и внутригрупповую сплоченность, источники этих явлений Фрейд видит в мотивационной сфере индивидов, привлекая в качестве объяснительной схемы концепцию эдипова комплекса и комплекса Электры. *Внеш-*

негрупповая враждебность и агрессивность как защитный механизм при разрешении внутриличностных конфликтов использовалась в качестве объяснительной схемы во многих исследованиях: при изучении феномена авторитарной личности (Adorno et al., 1950), явления переноса агрессии при фрустрирующем воздействии на личность (Berkowitz, 1962), при анализе роли этнических стереотипов в регуляции межэтнических отношений (Allport, 1954; Петтигрю, 1958; Berkowitz, Walster, 1976; и др.).

Так, американские психологи под руководством Т. Адорно, исследуя причины проявления враждебного отношения к представителям других групп, пришли к выводу, что это явление связано с психологическими особенностями личностей представителей разных групп. Для описания и характеристики этого феномена было введено понятие «авторитарная или этноцентричная личность» с определенным набором психологических качеств: установка на уважение и почитание внутригрупповых авторитетов; стереотипность суждений и оценок; повышенная чувствительность к вопросам статуса и власти; склонность подчиняться людям, наделенным властью, и проявлять нетерпимость к лицам, находящимся на более низком статусном уровне; нетерпимость к неопределенности. И. Берковитц эмпирически подтвердил проявление феномена переноса агрессии на внешние группы: демонстрация испытуемым фильмов со сценами жестокости приводит к усилению проявлений агрессивности в отношении представителей других групп, сходных с теми, кто выступал в роли источника агрессии или был жертвой демонстрируемых актов насилия. Эти исследования получили широкую известность и оказали значительное влияние на общественную жизнь стран Западной Европы и США.

С принципиально иных теоретических позиций подходит к проблеме межгрупповых конфликтов М. Шериф. Истоки межгрупповой враждебности он видит в объективном конфликте целей и интересов различных групп, неизбежно возникающем в ситуации конкурентного взаимодействия представителей этих групп (Sherif, Sherif, 1953). Эксперименты М. Шерифа проводились в середине 1950-х годов в американском местечке Робертс Кейв в летнем лагере для подростков на протяжении нескольких лет. Основной целью исследований было изучение влияния характера межгруппового взаимодействия (кооперативного или конкурентного) на характер взаимоотношений, складывающихся между группами и внутри групп. С этой целью администрация лагеря специально организовывала взаимодействие между группами подростков таким образом, чтобы оно носило вы-

раженный характер соревнования, в котором только одна из соревнующихся групп могла одержать победу. По результатам наблюдений и опросов исследователи зафиксировали проявление межгрупповой враждебности в отношениях между группами (агрессивность по отношению к представителям других групп, негативные стереотипы в восприятии других групп) и одновременное усиление внутригрупповой сплоченности.

Формирование групп на разных этапах эксперимента осуществлялось по-разному. В одном случае в начале эксперимента подростки занимались общей деятельностью по уборке территории лагеря, а исследователи не вмешивались в стихийный процесс установления знакомства и формирования взаимоотношений между подростками. Однако затем подростков разделили на две группы таким образом, чтобы разрушить дружеские связи, сложившиеся во время знакомства. При этом было зафиксировано отсутствие проявлений враждебности в отношениях между представителями разных групп до начала конкурентного взаимодействия между ними. В другом случае подростки, приезжавшие в лагерь, были заранее поделены на две группы, и в этом случае некоторые проявления межгрупповой враждебности или, по крайней мере, различия в установках по отношению к «своим» и «чужим» отмечались в самом начале совместного проживания в лагере, т. е. при отсутствии конкурентного взаимодействия между группами. В этот эксперимент исследователи ввели еще одну переменную: первоначально разделенные и конкурирующие группы были затем поставлены в проблемную ситуацию, преодоление которой требовало объединения усилий обеих групп (поломка водопровода, неисправность грузовика, подвозившего продовольствие). На этом этапе исследования авторы зафиксировали снижение межгрупповой враждебности, хотя устранить ее полностью так и не удалось. На основании результатов этих экспериментов М. Шериф сделал вывод о том, что основной причиной возникновения межгрупповых конфликтов является характер взаимодействия — кооперативного или конкурентного — между группами.

Полевые эксперименты М. Шерифа положили начало экспериментальному направлению в исследовании психологии межгрупповых отношений. В них впервые была сделана попытка научного изучения межгрупповых отношений в естественных условиях, в динамике их развития в зависимости от этих условий. Наконец, в исследованиях М. Шерифа была теоретически обоснована и экспериментально доказана возможность снижения межгрупповой враждебности за счет изменения ситуации межгруппового взаимодействия (поста-

новка общих целей, привлекательных для каждой из групп и требующих сотрудничества для их достижения). Результаты исследований М. Шерифа легли в основу реалистической теории межгруппового конфликта Д. Кэмпбелла (1979). Привлекая в качестве объяснительного механизма внешнегрупповой враждебности реальные условия межгруппового взаимодействия, М. Шериф и Д. Кэмпбелл однозначно связывают проявления внешнегрупповой враждебности с усилением внутригрупповой сплоченности, солидарности, приверженности к своей группе. Это положение чрезвычайно важно в контексте исследуемой нами проблемы соотношения процессов межгрупповой дифференциации и внутригрупповой интеграции в условиях социальных изменений.

Справедливо подчеркивая важную роль особенностей межгруппового взаимодействия в формировании межгрупповых отношений, концепция М. Шерифа не может объяснить многочисленные факты, зафиксированные в экспериментальных исследованиях (в том числе самого М. Шерифа), не укладывающиеся в рамки этой теории. Речь идет о проявлениях внешнегрупповой враждебности и предубежденности в оценках своей и чужой группы, возникающих при отсутствии объективного конфликта интересов и предшествующего опыта межгруппового взаимодействия.

Последующие экспериментальные исследования и теоретическое осмысление феноменов, выявленных в исследованиях М. Шерифа, особенно эксперименты по минимальной межгрупповой дискриминации, проведенные западноевропейскими психологами в 1970-е годы, фактически послужили основой создания современной оригинальной теории межгрупповых отношений — теории социальной идентичности Г. Тэджфела и Дж. Тернера (Tajfel, 1974; Tajfel, Turner, 1979; Turner, Giles, 1984; и др.).

Г. Тэджфел, его сотрудники и последователи (М. Биллиг, Дж. Тернер и др.) провели серию лабораторных экспериментов, получивших в социальной психологии название «эксперименты с матрицами Тэджфела», или «эксперименты по минимальной межгрупповой дискриминации». В этих экспериментах испытуемые — студенты — случайным образом были разделены на две группы, при этом отнесение их к той или иной группе проводилось на основе частных, незначимых критериев (например, предпочтение одного из двух художников-абстракционистов или тенденция к переоценке или недооценке количества точек при их кратковременном предъявлении на тахистоскопе и т. д.). Исследователи специально исключали из ситуации эксперимента все факторы, которые могли бы рассматривать-

ся в качестве объективных причин межгрупповой дискриминации: взаимодействие между испытуемыми, конфликт интересов, предшествующая враждебность и т. д. На втором этапе экспериментов испытуемые индивидуально распределяли плату за участие в эксперименте между двумя другими участниками, о которых им было известно только то, к какой из двух групп те принадлежали. Определение суммы производилось с помощью специально разработанных таблиц, в которых фиксировались в различных вариантах абсолютные размеры сумм, причитающихся представителю «своей» и «другой» группы, и их соотношение. При этом испытуемые могли сделать выбор между различными вариантами стратегий распределения: уравнительное (справедливое), максимальная сумма для обоих участников, максимальная выгода для представителя своей группы (абсолютный ингрупповой фаворитизм), максимальное различие в пользу представителя своей группы (относительный ингрупповой фаворитизм) и, наконец, интегральный ингрупповой фаворитизм как сочетание двух предыдущих стратегий. В результате этих экспериментов было зафиксировано преобладание у испытуемых стратегии, связанной с установлением максимальных различий между суммами, выделяемыми для представителей своей и другой группы, в пользу первых. Причем эта стратегия выбиралась даже в тех случаях, когда абсолютный размер суммы, причитающейся представителю своей группы, был меньше максимально возможного, т. е. главной целью испытуемых было установление максимальных различий между группами в пользу своей группы. Это явление, связанное с тенденцией оказывать предпочтение своей группе в противовес интересам другой группы, получило название внутригрупповой фаворитизм (от *лат.* *favor* — благосклонность). Тенденция к установлению различий в оценках своей и другой группы (как правило, в пользу первой) получила название межгрупповой дискриминации (в данном случае в форме внешнегрупповой дискриминации). По мнению Г. Тэджфела внутригрупповой фаворитизм и внешнегрупповая дискриминация являются универсальными феноменами психологии межгрупповых отношений.

Теория социальной идентичности Г. Тэджфела и Д. Тернера объясняет феномены внутригруппового фаворитизма и внешнегрупповой дискриминации как результат серии когнитивных процессов, связанных с установлением сходства и различий между представителями различных социальных групп.

Социальная категоризация — когнитивный процесс упорядочивания индивидом своего социального окружения путем распреде-

ления социальных объектов (в том числе окружающих людей и себя самого) по группам («категориям»), имеющим сходство по значимым для индивида критериям.

Социальная идентификация — процесс отнесения индивидом себя к тем или иным социальным категориям, субъективное переживание им своей групповой социальной принадлежности.

Социальное сравнение — процесс соотнесения качественных признаков различных социальных групп, результатом которого является установление различий между ними, т. е. межгрупповая дифференциация.

Внутригрупповой фаворитизм и внешнегрупповая дискриминация являются заключительным звеном в серии когнитивных процессов, их неизбежность диктуется потребностью личности в позитивной социальной идентичности, необходимой для поддержания позитивного образа «Я».

Установление различия между группами в пользу собственной группы, необходимое для поддержания позитивно оцениваемой идентификации личности со своей группой, является универсальным психологическим механизмом, порождающим предубежденность и враждебность по отношению к представителям других групп даже при отсутствии реального конфликта групповых целей и интересов.

Исходя из такого по преимуществу когнитивного понимания природы межгрупповой предубежденности и враждебности, по-новому ставится и вопрос о предотвращении или уменьшении межгруппового конфликта. Так, С. Уорчел (Worchel, 1979) считает, что для улучшения межгрупповых отношений важна не только смена конкурентного взаимодействия на кооперативное, но и устранение или уменьшение воспринимаемых различий между группами и максимизация сходства между представителями разных групп, позволяющего им воспринимать себя как членов одной группы.

Теория социальной (групповой) идентичности позволяет более конструктивно подойти к проблеме межгрупповой дифференциации и внутригрупповой интеграции в условиях социально-экономических изменений, связанных с появлением новых социальных групп и изменениями в социальной стратификации. В частности, она предполагает возможность несоответствия реальной, объективной принадлежности индивида к той или иной социальной группе и субъективного осознания своего группового членства. При этом возможны ситуации кризиса социальной идентичности, когда индивид затрудняется определить свою групповую идентичность (принадлежность

к конкретной социальной категории) и свое отношение к представителям своей и других групп.

Подводя итоги анализа состояния проблемы межгрупповых отношений в западной социальной психологии, можно сказать, что в ней накоплен большой опыт исследований, выражающих различные теоретические и методические подходы. Они позволяют с разных точек зрения подойти к анализу теоретических проблем и наметить различные подходы к решению практических задач. Вместе с тем в западной социальной психологии проблема межгрупповых отношений в значительной степени ставится и решается именно как проблема межгрупповой враждебности. В традиционных положениях западной социальной психологии проявление негативных установок по отношению к другим группам, определяемое терминами «межгрупповая дискриминация», «межгрупповая враждебность», понимается как универсальная социально-психологическая закономерность, являющаяся обратной стороной проявления позитивного отношения к собственной группе (внутригруппового фаворитизма, приверженности к группе членства) (The social psychology..., 1979). Существуют лишь расхождения во мнении о том, какие социально-психологические процессы (межгрупповые или внутригрупповые) являются в данном случае исходными, определяющими и каков характер взаимосвязи явления внутригруппового фаворитизма с объективными противоречиями, возникающими в процессе межгруппового взаимодействия. В одних случаях внутригрупповой фаворитизм трактуется как их следствие (М. Шериф), в других — как причина (Г. Тэджфел).

Постановка и разработка теории межгрупповых отношений в западной социальной психологии во многом была обусловлена проблемами общественной жизни: экономической, политической и культурной дифференциации общества, социальных и этнических конфликтов. Именно этим во многом объясняется тот факт, что основное внимание в распространенных на Западе концепциях межгрупповых отношений уделялось процессам, связанным с межгрупповой дифференциацией и дезинтеграцией, предубежденностью и враждебностью по отношению к представителям других групп, межгрупповыми конфликтами. В гораздо меньшей степени в этих исследованиях затрагиваются процессы и явления, выражающие тенденции к межгрупповой интеграции, т. е. установлению связей и отношений между группами, способствующих их объединению в рамках более широкой общности как единого целого. Вопрос о динамике межгрупповых отношений в рассматриваемых исследованиях ставился лишь в пла-

не изучения влияния той или иной переменной на степень выраженности эффекта внутригруппового фаворитизма и внешнегрупповой дискриминации. Недостаточно исследован вопрос о соотношении процессов межгрупповой дифференциации и интеграции в динамике внутригрупповых и межгрупповых отношений.

В более широком плане, оценивая экологическую валидность рассматриваемых исследований, мы полагаем, что результаты, полученные Тэджфелом и его последователями в условиях лабораторного эксперимента, вряд ли могут быть однозначно использованы при интерпретации и прогнозировании социально-психологических процессов, протекающих в естественных условиях жизнедеятельности групп и, в частности, в ситуациях экономического взаимодействия в условиях социально-экономических изменений. Следует отметить, что сам Тэджфел не претендовал на универсальность своей теории межгрупповой дифференциации как теоретической схемы, применимой к естественным условиям общественной жизни. Он не противопоставляет свою теорию реалистической теории группового конфликта, видящей источник межгрупповых отношений во внешних факторах существования групп. В поздних работах Тэджфел ставит вопрос о внешней социальной обусловленности межгрупповых отношений и об их процессуальном динамическом характере: «Дифференциация между группами – динамический процесс, который может быть понят только на основе отношений между социальными группами и социальных сравнений в контексте этих отношений» (Tajfel, 1982, p. 162). Таким образом, в последнее время намечается тенденция к сближению и взаимодополнению точек зрения на проблему межгрупповых отношений, развиваемых в рамках различных теоретических подходов.

Перспективным направлением развития психологии межгрупповых отношений является обращение исследователей к изучению реальных проблем межгруппового взаимодействия не только в лабораторных, но и в естественных условиях. Такое обращение позволяет расширить эмпирическую базу теоретических концепций и способствует выявлению новых феноменов психологии межгрупповых отношений и поиску новых закономерностей, которые могут быть затем более строго исследованы в рамках лабораторных экспериментов. В этой связи имеют давнюю традицию исследования проблемы межэтнических отношений (Allport, 1954; Berkowitz, 1962; и др.). В рамках психологии межгрупповых отношений проводятся исследования таких проблем, как социальная справедливость (Berkowitz, Walster, 1976; Tajfel, 1982), проблема ведения переговоров (Morley, Ste-

phenson, 1977; Stephenson, 1984) и др. К этому же направлению, безусловно, можно отнести и исследования межгрупповых отношений на производстве, в том числе изучение отношений между коллективами первичных подразделений предприятий и организаций. Это исследование Р. Брауна взаимоотношений между представителями различных профессиональных групп на промышленном предприятии (Brown, 1978), исследование И. Морли и Г. Стефенсона, посвященное проблеме конфликтов между администрацией предприятия и представителями забастовочных комитетов (Morley, Stephenson, 1977). У. Масстенбрук (1996) рассматривает функционирование и развитие любой организации как непрерывное силовое взаимодействие и конфликт между группами, представляющими элементы этой организации. Ряд работ Р. Блейка и Дж. Моутон (см., напр.: Blake, Mouton, 1962) посвящен анализу и разрешению межгрупповых конфликтов в организациях.

Исследования, выполненные в рамках концептуальной схемы «внутригрупповой фаворитизм – внешнегрупповая дискриминация» непосредственно в производственных организациях (Р. Браун, Р. Блейк, Дж. Моутон, Г. Шепард, И. Морли, Г. Стефенсон, У. Масстенбрук) акцентируют внимание на проблеме межгрупповой предубежденности и враждебности и в меньшей степени ставят вопрос о социальной обусловленности этих явлений. Исходя из такого понимания проблемы проявление внутригрупповой приверженности в сочетании с внешнегрупповым негативизмом и враждебностью является закономерным и неизбежным в отношениях между любыми группами, входящими в состав более широкой социальной общности, будь то производственная организация или поселение совместно проживающих людей.

Исследования внутригрупповых и межгрупповых отношений в отечественной социальной психологии

В общетеоретическом и методологическом плане сама возможность постановки проблемы межгрупповых отношений в отечественной социальной психологии в советский период была определена всем процессом становления этой дисциплины как самостоятельной отрасли психологической науки. Ее основой явилось формирование теоретических и методологических принципов российской социальной психологии, нашедших отражение в работах К. А. Абульхановой-Славской (1980, 1991 и др.), Г. М. Андреевой (1997 и др.), Л. П. Бугеевой (1968, 1975), Г. Г. Дилигенского (1975, 1986 и др.), Е. С. Кузьмина

(1967, 1979), Б. Ф. Ломова (1984), Б. Д. Парыгина (1971), К. К. Платонова (1972), А. В. Петровского (1978), Б. Ф. Поршнева (1973, 1979), Е. В. Шороховой (1974, 1975) и др.

Важную роль для изучения проблемы внутригрупповых и межгрупповых отношений играют теоретические и методологические положения, разработанные в отечественной социальной психологии, в частности:

- концепция психологических отношений личности и ее распространение на сферу социально-психологических отношений (Мясищев, 1960 и др.; Шорохова и др., 1977);
- рассмотрение группы не только как объективной, но и в качестве субъективной общности, объединенной определенным сходством психологических характеристик ее членов, осознанием ими своей принадлежности к группе, внутренним психологическим единством (Журавлев, 2005; Чернышев, 1989; и др.);
- рассмотрение группы в качестве целостного субъекта внешней совместной деятельности и внутренней психологической активности, формирующейся в процессе общения и взаимодействия между членами группы и во взаимодействии с другими группами (Журавлев, 1988; и др.);
- положение об обусловленности социально-психологических явлений (протекающих внутри группы и между группами) конкретными формами общественных отношений, в которые включены эти группы, совместной деятельностью этих групп (Шорохова, 1974, 1975; и др.).

Если говорить о проблеме межгрупповых отношений в более широком плане в связи с развитием конкретных социально-психологических исследований, то можно отметить, что уже в 1960–1970-е годы многие социальные психологи пришли к отчетливому пониманию того, что целый ряд социально-психологических феноменов, проявляющихся как на уровне отдельной личности, так и на уровне малой группы могут быть правильно поняты и объяснены только в более широком социальном контексте, и в частности, в контексте межгрупповых отношений. Не случайно в эти годы межгрупповые аспекты начинают занимать все более видное место в ряде направлений по изучению внутригрупповых социально-психологических явлений.

Речь идет об исследованиях, выполненных в рамках стратометрической концепции групповой активности А. В. Петровского (Петровский, Шпалинский, 1978), исследованиях межличностных отношений в учебных коллективах Я. Л. Коломинского (1976), экспериментах,

связанных с межгрупповыми аспектами межличностного восприятия А. А. Бодалева и его сотрудников (Бодалев, 1965, 1995), исследованиях контактных коллективов, проведенных Л. И. Уманским и его сотрудниками (Уманский, 1975, Лутошкин, 1988; и др.), исследованиях организованности первичного коллектива А. С. Чернышева (1988) и др. Однако во всех указанных исследованиях область межгрупповых отношений выступала лишь как частный аспект исследования проблемы малых групп и коллективов. Как самостоятельная предметная область в социальной психологии сфера межгрупповых отношений оставалась до последнего времени одной из наименее исследованных и наименее определенных.

Первые эмпирические исследования, специально посвященные проблеме межгрупповых отношений, появились лишь в конце 1970 – начале 1980-х годов (Агеев, 1983; Сушков, 1983). В. С. Агеев, выбрав в качестве основного предмета эмпирического исследования особенности межгруппового восприятия, не ограничивается анализом только перцептивных феноменов, но включает в концептуальную схему исследования объективные условия совместной деятельности групп и характер непосредственного межгруппового взаимодействия. Результаты эмпирического исследования В. С. Агеева показали зависимость адекватности межгруппового восприятия от конкретных факторов межгруппового взаимодействия. В частности, было отмечено, что межгрупповая дискриминация (в форме внутригруппового фаворитизма и внешнегрупповой враждебности) может быть снята или существенно ослаблена в зависимости от целей и характера организации межгруппового взаимодействия. В развиваемой В. С. Агеевым теоретической схеме детерминации межгруппового взаимодействия автору удается преодолеть ограниченность представлений, свойственных необихевиористским, с одной стороны, и когнитивистским, с другой, концепциям межгрупповых отношений. Объективные условия, в которых действуют социальные группы, когнитивные процессы социальной категоризации, сравнения и межгрупповое взаимодействие вступают, согласно этой схеме, в отношения взаимного обусловливания. При этом когнитивные процессы не возводятся в ранг объяснительного принципа, но сами требуют поиска причинного объяснения в объективных условиях взаимодействия групп. Межгрупповое взаимодействие обуславливается не только объективными внешними условиями ситуации, но и когнитивными переменными и само определяет в качестве объективного фактора специфические особенности внешних социальных условий, связывающих группы. Достоинством предлагаемой теоретической схемы является не только

преодоление представлений об однонаправленной, линейной детерминации межгрупповых отношений, но и ее высокая конструктивность и эвристичность с точки зрения организации конкретных эмпирических исследований.

Предметом исследования И. Р. Сушкова, как отмечает автор, выступают «межгрупповые отношения в производственной организации, возникающие в процессе совместной производственной деятельности, субъективно отражающиеся в системах групповых установок, ориентаций, ожиданий» (Сушков, 1983, с. 6). Рассматривая особенности межгрупповых отношений в производственных организациях, автор выделяет в качестве решающего фактора формирования межгрупповых отношений совместную деятельность производственных групп в организации. При этом предмет исследования раскрывается как психологические отношения между первичными коллективами, структурными элементами производственной организации. В результате проведенного исследования автор делает вывод, что в условиях совместной деятельности в производственной организации у представителей различных групп – подразделений этой организации – формируются системы взаимных межгрупповых требований к своей и другим группам как партнерам по совместной деятельности. На основании этих требований происходит сравнение и оценка своей группы и группы-партнера по совместной деятельности. В исследовании выявлена зависимость значимости ряда качеств и требований, предъявляемых к своей группе и другим группам, от характера распределения ответственности за конечные результаты совместной деятельности. По результатам межгруппового сравнения и оценки была обнаружена тенденция предпочтения своей группы и переоценки ее качеств, которая отражает, по мнению автора, приверженность индивидов к группе и не может однозначно характеризоваться как сугубо отрицательное явление (Сушков, 1988).

Таким образом, для исследований, выполненных в отечественной социальной психологии, характерно особое внимание к проблеме взаимосвязи и взаимной обусловленности субъективных, психологических аспектов межгрупповых отношений и объективных социальных условий, в которых эти отношения складываются. Такой подход предполагает выход за рамки лабораторного эксперимента и изучение взаимоотношений, складывающихся между группами в реальных социальных общностях, в учебных (В. С. Агеев) и трудовых (И. Р. Сушков) коллективах.

Отмечая значительный вклад исследований, выполненных В. С. Агеевым, И. Р. Сушковым и др., в развитие психологии внутригруппо-

вых и межгрупповых отношений, следует подчеркнуть, что в целом эта область изучена явно недостаточно. Крайне ограничено число конкретных эмпирических исследований межгрупповых отношений в естественных условиях, в частности, в трудовых коллективах. Мало внимания уделяется динамическому аспекту межгрупповых отношений, в частности, процессам межгрупповой дифференциации и внутригрупповой интеграции. Недостаточно четко определены предметная область психологии межгрупповых отношений и содержание основных понятий. Поэтому логика анализа проблемы внутригрупповых и межгрупповых отношений делает необходимым более глубокий анализ категории социально-психологические отношения применительно к группам как субъектам этих отношений и анализ процессов дифференциации и интеграции, характеризующих динамику внутригрупповых и межгрупповых отношений.

Процессы межгрупповой дифференциации и интеграции

Выделение в социально-психологических явлениях этих двух процессов или тенденции – дифференциации и интеграции – проводится многими авторами. Однако содержание этих процессов применительно к характеристике межгрупповых отношений, соотношение их друг с другом и особенности динамики нуждаются в серьезном уточнении.

Понятием «межгрупповая дифференциация» обозначаются социально-психологические процессы межгруппового восприятия, сравнения и оценки, связанные с установлением различий между своей и другими группами. В. С. Агеев и А. А. Сыродеева (1984) определяют этим понятием такие процессы и явления, в которых проявляется тенденция к выделению собственной группы в качестве некоторой самостоятельной целостности, обладающей специфическими свойствами. Понятие межгрупповой дифференциации является одним из центральных в теории межгрупповых отношений Г. Тэджфела и Дж. Тернера, где оно используется в связи с понятиями социальной категоризации, идентификации и сравнения. Совокупность указанных когнитивных процессов, связанных с осознанием человеком своей принадлежности к одной из групп, отличной от других, является, по мнению Г. Тэджфела, минимальным условием установления позитивно валентных различий в пользу ингруппы, т. е. возникновения межгрупповой дискриминации в форме внутригруппового фаворитизма и внешнегрупповой враждебности.

Таким образом, термином «межгрупповая дифференциация» обозначается, с одной стороны, установление различий между сво-

ей и другой группой, а с другой – дифференциация психологических отношений к своей и другой группе. При этом содержание явления межгрупповой дифференциации однозначно связывается с такими феноменами, как межгрупповой конфликт, внешнегрупповая враждебность, внутригрупповой фаворитизм и др. Однако в отношении вышеназванных феноменов необходимо четкое разграничение.

Хотя в исследовательской модели, разработанной Тэджфелом, термином «внутригрупповой фаворитизм» обозначалась вполне определенная стратегия поведения индивида в ситуации лабораторного эксперимента (распределение денежного вознаграждения между представителями «своей» и «чужой» группы с использованием так называемых «матриц Тэджфела»), в социально-психологической теории этот термин получил более широкое толкование как «стремление каким-либо образом благоприятствовать членам собственной группы в противовес членам другой группы» (Краткий психологический словарь, 1985, с. 42).

По нашему мнению, столь широкое толкование термина «внутригрупповой фаворитизм» не позволяет достаточно четко разграничить существенно различные феномены психологии межгрупповых отношений. При этом термин «внутригрупповой фаворитизм» может обозначать и эмоциональную приверженность индивида к группе членства, и обусловленное результатами межгруппового сравнения и оценки внутригрупповое предпочтение по тем или иным критериям, и стремление благоприятствовать успеху своей группы в условиях межгруппового соревнования или конкуренции, и проявление негативного, враждебного отношения к представителям других групп. Совершенно очевидно, что во всех этих случаях речь идет о разных феноменах или, по крайней мере, аспектах межгрупповых отношений.

Процессы межгрупповой дифференциации исследуются и в отечественной социальной психологии. Так, Б. Ф. Поршнев (1979) рассматривает психологические процессы внутригруппового уподобления и внешнегруппового обособления и различения в качестве универсальных механизмов формирования психологической общности группы. Тенденцию к межгрупповой дифференциации как одного из этапов процесса образования коллектива отмечает Л. И. Уманский (1980). Вместе с тем утверждение об универсальной природе внутригруппового фаворитизма и внешнегрупповой враждебности вызвало у российских психологов (по крайней мере, в советский период) серьезные сомнения. Так, по мнению Б. Ф. Поршнева, категория «они» вовсе не подразумевает вражду и войну. При этом особенности про-

текания процессов межгруппового обособления и различения ставятся в зависимость от характера общественных отношений.

Интересные результаты по теме соотношения внутригруппового предпочтения и межгруппового сравнения были получены в исследованиях межэтнических отношений. Так, Н. М. Лебедева (1993), исследуя особенности межэтнического восприятия в условиях адаптации к иной этнокультурной среде, пришла к выводу, что положительная этническая идентичность может сочетаться как с позитивным, так и с негативным отношением к другим этническим группам. И. Б. Андрушак (1998), исследуя межэтнические отношения в условиях социальных изменений, пришла к выводу, что этноцентризм в отношениях между этническими группами возникает в условиях угрозы «своей» групповой идентичности и выполняет функцию социально-психологической защиты, направленной на укрепление ее позитивной идентичности, и что эмоциональная приверженность своей группе не обязательно сочетается с враждебностью и негативными установками по отношению к представителям других групп.

Таким образом, понятие межгрупповой дифференциации охватывает, по меньшей мере, два специфичных социально-психологических процесса, связанных с установлением различий между своей и другими группами: процесс формирования внутригруппового предпочтения как проявление эмоциональной приверженности к своей группе, являющейся необходимым условием сохранения психологического единства группы; процесс межгруппового сопоставления и сравнения, являющийся необходимым условием и предпосылкой согласованной совместной деятельности и межгруппового взаимодействия, какую бы форму это взаимодействие ни принимало.

Межгрупповая интеграция и дезинтеграция

Исключительное внимание западных социальных психологов к явлениям межгрупповой дифференциации во многом обусловлено тем, что в условиях лабораторного эксперимента исследуемые группы рассматривались изолированно от реальных условий общественной жизни, в частности, в отрыве от более широких общностей, в которые эти группы включены. Как только объектами исследования межгрупповых отношений становятся реальные группы (трудовые и учебные коллективы), внимание исследователей привлекают феномены, связанные с тенденцией к межгрупповой интеграции, т. е. к установлению таких связей и отношений между группами, которые способствуют

их объединению и совместной жизнедеятельности в рамках более широкой общности как единого целого.

Рассматривая интегративные тенденции в межгрупповых отношениях, российские психологи выделяют такие феномены, как «межгрупповая афiliation и референтность» (Агеев, Сыродеева, 1984), «межгрупповое единство» (Чернышев, 1988), «толерантность» (Лебедева, 1993) и др. Мы считаем, что понятие «межгрупповая интеграция» характеризует не отсутствие различий в позициях, мнениях, оценках групп, в том числе и по отношению друг к другу (в этом случае правильнее говорить об отсутствии дифференциации между группами, об их недифференцированности). Оно характеризует наличие между группами таких связей и зависимостей, которые способствуют их объединению, взаимному содействию, более успешной реализации функций как своей группы, так и более широкой общности, в которую включены взаимодействующие группы. Межгрупповую интеграцию отнюдь не следует понимать как тенденцию к объединению и слиянию представителей различных социальных групп в рамках более широкой общности, как отказ от своей групповой принадлежности, групповой приверженности и межгруппового различия. Процессы межгрупповой дифференциации и внутригрупповой интеграции тесно взаимосвязаны и взаимно обуславливают друг друга. Без внутригруппового обособления и внутригрупповой интеграции невозможно существование группы как психологической общности, а значит, и эффективные межгрупповые взаимодействия и взаимоотношения. При этом одним из важнейших признаков психологической общности группы является общность, «разделенность», по выражению И. Р. Сушкова (1999), психологических отношений внутри группы. С другой стороны, само обособление и выделение групп как целостных образований, субъектов совместной жизнедеятельности и межгруппового взаимодействия происходит в рамках общности более высокого порядка. Межгрупповая интеграция невозможна без предварительной дифференциации групп и внутригрупповой интеграции.

Однако в отношениях между группами часто проявляются и такие тенденции, которые носят явно дезинтегративный характер: противоборство, конфликты, групповой эгоизм и враждебность, предубежденность и предвзятость в представлениях и оценках друг друга. Возможно также проявление тенденции к межгрупповой изоляции, когда взаимосвязи, взаимодействие и общение между группами сокращаются до минимума.

Возникает вопрос, как соотносятся результаты межгруппового сравнения и оценки с характером межгрупповых отношений, с про-

явлением в отношениях между представителями взаимодействующих групп сотрудничества или противоборства, доброжелательности или враждебности. К сожалению, результаты немногочисленных эмпирических исследований, проведенных на производстве, не позволяют ответить на этот вопрос, потому что содержательные характеристики межгрупповых отношений в них не изучались.

Мы считаем, что дифференциация своей и другой группы как по уровню развития в них тех или иных качеств, так и по степени привлекательности для индивидов этих качеств или группы в целом совсем не однозначно связана с характером межгрупповых отношений, т. е. с проявлением по отношению к представителям другой группы доброжелательности или враждебности, сотрудничества или противоборства. Межгрупповая дифференциация как установление различий между группами может проявляться в условиях разных по характеру взаимодействий и взаимосвязей между ними, которые сами по себе нуждаются в исследовании. Таким образом, теоретический анализ феноменов межгрупповой дифференциации и интеграции позволяет сделать вывод о том, что они представляют собой два самостоятельных процесса или две тенденции в межгрупповых отношениях, которые взаимно предполагают и взаимно обуславливают друг друга и в совокупности характеризуют состояние более широкой общности.

Процессы межгрупповой дифференциации (и тесно связанные с ними процессы внутригрупповой интеграции) являются необходимым условием, предпосылкой возникновения каких-либо собственно межгрупповых отношений. Ибо только при наличии психологической общности группы, общности психологических отношений ее членов реально можно говорить о группе как о субъекте этих отношений. Однако сами по себе процессы межгрупповой дифференциации не определяют характера и содержания межгрупповых отношений как отношений сотрудничества или противоборства, доброжелательности или враждебности, интеграции или дезинтеграции. Напротив, та форма, которую принимают процессы межгрупповой дифференциации и ее результаты (объективное сопоставление своей и другой группы или их противопоставление, предвзятое предпочтение своей и дискриминация чужой группы), определяется характером межгруппового взаимодействия, характером социальных связей и отношений, складывающихся между группами. Для содержательного изучения отношений, складывающихся как внутри групп, так и между группами необходимо выйти за рамки этих групп и их взаимных оценок и рассмотреть взаимосвязи и взаимозависимости между ни-

ми в рамках более широкой общности, по отношению к которой эти группы являются элементами.

Такой общностью в нашем эмпирическом исследовании выступали коллективы сельскохозяйственных предприятий, а точнее, сельские общности, т. е. группы сельского населения, объединенные не только совместной трудовой деятельностью, но и совместным проживанием, повседневным общением, общностью социально-экономических условий своей жизнедеятельности. При этом основное внимание в исследовании мы уделяли роли производственно-экономических отношений, в первую очередь, отношений собственности на средства производства как фактора динамики процессов межгрупповой дифференциации и социально-психологических отношений внутри групп и между группами.

Исследования результатов межгруппового сравнения и оценки самих по себе недостаточно для содержательного психологического анализа межгрупповых отношений. Характер межгрупповых отношений, их общая направленность, т. е. преобладание тенденции к интеграции или дезинтеграции, проявляется, прежде всего, в характере общения и взаимодействия представителей различных групп. Проявления недоброжелательности, враждебности, конфликтности могут рассматриваться как феномены межгрупповой дезинтеграции. Напротив, проявления сотрудничества, взаимопомощи, доброжелательности, уважения и доверия свидетельствуют о тенденции к интеграции. Отражаясь в сознании представителей взаимодействующих групп в форме мнений, оценок, суждений, межгрупповые отношения выступают важной составной частью социально-психологического климата общности. Таким образом, предметом исследования должны стать особенности взаимосвязей и взаимоотношений, складывающихся в процессе взаимодействия между группами и их отражение в сознании представителей этих групп. Мы разделяем точку зрения И. Р. Сушкова, который отмечает, что в межгрупповых отношениях проявляются как межсубъектные связи, так и их оценка субъектами этих связей (Сушков, 1988б, с. 79), поэтому необходимым этапом и составной частью собственно психологического исследования межгрупповых отношений является изучение объективного содержания социальных, в первую очередь, производственно-экономических отношений, складывающихся между группами, входящими в состав исследуемой общности.

При этом необходимо четко различать межгрупповую дифференциацию и интеграцию как объективные социальные процессы, протекающие в сельских общностях, и как социально-психоло-

гические явления, опосредующие и регулирующие эти социальные процессы. В реальных условиях общественной жизни в основе межгрупповой дифференциации и интеграции, рассматриваемых в качестве социально-психологических процессов, лежит социальная дифференциация, т. е. выделение и обособление социальных групп, являющихся самостоятельными социальными единицами, субъектами общественной жизнедеятельности и общественных отношений, и их последующее объединение, интеграция. В рамках коллектива производственной организации такими социальными единицами выступают первичные трудовые коллективы подразделений этой организации. В более широких рамках сельских общностей, объединяющих совместно проживающих и осуществляющих совместную жизнедеятельность жителей, такими единицами выступают социальные группы сельских жителей, различающихся по своему социально-экономическому статусу, прежде всего, по их отношению к собственности на средства производства.

Именно характер межгруппового взаимодействия — кооперативного (сотрудничества) или конкурентного (соперничества, противодействия) — определяет, какой из двух процессов — интеграция или дезинтеграция — возобладает во взаимоотношениях между группами. Межгрупповая дифференциация как установление различий между группами по результатам межгруппового восприятия и оценивания может протекать в условиях преобладания различных по характеру процессов межгрупповых отношений (интеграции или дезинтеграции).

Глава 3

КОНЦЕПЦИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ И ГРУППОВЫХ СУБЪЕКТОВ СОВМЕСТНОЙ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Введение. Основные положения концепции

Основываясь на многочисленных отечественных исследованиях психологического отношения, мы предлагаем следующее обобщающее определение: психологические отношения – это феномены или характеристики сознания личности, т. е. осознаваемые психические явления. Это особые состояния сознания, которые предшествуют реальному поведению и выражают готовность к этому поведению (в чем выражается мотивационная и поведенческая сторона отношений). Они включают наряду с готовностью к определенному поведению когнитивный аспект, выражающийся в знании об объектах отношения, и эмоциональный аспект, выражающийся в эмоциональной оценке объектов отношения, в эмоциональных переживаниях по отношению к ним. Для психологических отношений характерно сочетание стабильности, устойчивости (по сравнению с психическими процессами и состояниями) и одновременно динамичности, изменчивости (по сравнению с психологическими свойствами личности). Психологические отношения выступают специальным, самостоятельным классом психических явлений. Объектами психологических отношений выступают внешние условия жизнедеятельности и активности субъекта, характеристики самой активности и ее субъектов, представители различных социальных групп, с которыми субъекты отношений связаны различными видами взаимодействия.

Отношения личности носят особый характер, который проявляется в избирательной направленности осознаваемых оценок объектов отношений и поведения личности по отношению к ним. Отношения личности к окружающей действительности организуются в сложную устойчивую структуру, содержательные особенности которой выступают важнейшими характеристиками психологического склада личности – ее направленности. Важной особенностью психологических

отношений является их обусловленность предшествующим жизненным опытом личности и теми объективными связями, которые складываются у нее с объектами отношений и субъективным отражением которых являются психологические отношения.

Избирательный характер психологических отношений личности проявляется не только в избирательной направленности на объекты отношений, но и в реальном поведении, которое часто предполагает выбор субъектом одной из имеющихся альтернатив, связанный, в свою очередь, с процессами предпочтения и отвержения (Тугарева, 1996). Проявляющийся в актах социального поведения личности – социальных действиях и поступках (Шорохова, 2002) – этот выбор выступает не только реализацией психологического отношения в поведении, но и способом решения личностью основных проблем ее жизнедеятельности (Абульханова, 1999).

Психологические отношения выполняют функцию внутренней регуляции социального поведения субъекта, других видов его активности, в том числе функцию регуляции социального взаимодействия между субъектами. Так, «характер реального взаимодействия и даже сам факт его наличия в высокой степени определяется тем, как воспринимает окружающую среду субъект, т. е. какие ее объекты (элементы) значимы для него, к каким он относится нейтрально, какие им отвергаются, а какие из них и совсем игнорируются» (Журавлев, Купрейченко, 2007, с. 68).

Психологическое отношение выражает внутреннюю позицию субъекта по отношению к объекту. В нашем понимании интенция психологического отношения проявляется как характеристика внутренней позиции субъекта с точки зрения ее активности/пассивности и направленности устремлений и намерений по отношению к объекту данного психологического отношения.

Важное преимущество в использовании понятия «психологические отношения» по сравнению с терминами «социальные установки», «аттитюды» состоит в том, что оно наиболее адекватно представлениям о психике человека, развиваемым в русле субъектного подхода (С. Л. Рубинштейн, К. А. Абульханова-Славская, А. В. Брушлинский, А. Л. Журавлев и др.). С точки зрения субъектного подхода основными признаками субъектности и субъекта являются сознательность, избирательность, целостность и активность. Все эти признаки присущи феномену психологических отношений, которые выступают не просто результатом субъективного отражения объективного мира вещей и связей между ними, но и сущностными характеристиками самореализующегося в изменяющихся условиях субъекта. Наиболее

характерными проявлениями психологических отношений человека выступают его суждения и поступки, выражающие субъективную оценку объектов отношений и позицию субъекта в системе его связей с окружающими людьми, поэтому сходство или различия психологических отношений разных субъектов к одним и тем же объектам имеют в своей основе сходства или различия социальных критериев (ценностей, норм, представлений о должном), выступающих основаниями этих оценок.

Пространственная и временная характеристики психологических отношений человека

В последние годы социальные психологи в своих теоретических работах и эмпирических исследованиях все чаще обращаются к использованию таких фундаментальных философских и общенаучных категорий, как пространство и время, для описания и анализа исследуемых явлений (см., например, работы А. Л. Журавлева, А. Б. Купрейченко, Т. А. Нестика, И. А. Соиной и др.). Обращение к пространственному аспекту отношений подразумевает их исходным пониманием как психологических связей субъекта отношений с их объектами. Идея пространства заложена и в понимании отношений как проявлений позиции субъекта во взаимодействии с окружающей действительностью, его направленности на те или иные объекты. Пространство психологических отношений личности включает в себя психологические отношения к различным объектам и явлениям окружающего мира, к другим людям, с которыми личность связана теми или иными видами взаимодействия, к самому себе. Использование категории пространства применительно к исследованию психологических отношений человека связано, прежде всего, с анализом месторасположения идеальных образов объектов этих отношений, в том числе других людей и самого себя, в субъективном пространстве внутреннего мира человека. Представляется, что главным критерием такого расположения выступает субъективная значимость объекта отношения для его субъекта. Более или менее значимые объекты отношений могут быть представлены в переживаниях субъекта как более близкие или, наоборот, как более отдаленные. С точки зрения их эмоциональной и ценностной оценки объекты психологических отношений могут переживаться субъектом как более привлекательные, предпочтительные или как непривлекательные, отвергаемые.

Особую роль пространственная составляющая психологических отношений играет в тех отношениях субъекта, объектами кото-

рых выступают субъекты, другие люди и он сам. Здесь субъективные переживания близости или отдаленности, объединения или разъединения проявляются особенно ярко, что находит свое отражение в обыденном языке, описывающем отношения между людьми в терминах привлекательности и привязанности. При этом отчетливо выявляется взаимная связь между субъектно-объектными отношениями людей, вступающих в межличностное взаимодействие, и субъектно-субъектными отношениями, складывающимися между ними. Сходство или различие психологических отношений взаимодействующих людей к значимым для них объектам выступают важными факторами субъективного переживания ими взаимной психологической близости, общности или отдаленности, разобщенности. В психологической общности социальных групп, формирующейся на основе сходства психологических отношений их представителей, проявляется, по нашему мнению, социально-интегративная функция психологических отношений. Наличие такой психологической общности представителей тех или иных социальных групп и осознание ими своей принадлежности к этим группам, внутригрупповой общности, сходства и одновременно их отличия, отдельности от других групп позволяет рассматривать эти социальные группы в качестве групповых субъектов психологических отношений. Отношения внутри социальных групп при этом могут рассматриваться как межличностные внутригрупповые отношения, а отношения, складывающиеся между представителями разных групп, как межгрупповые социально-психологические отношения.

Отношение как актуальное психическое образование существует в настоящем и переживается, осознается субъектом как его актуальное отношение. Но оно рождается на основе прошлого опыта, является результатом этого опыта и направлено в будущее, так как предназначено для регуляции будущего, предстоящего поведения субъекта, поэтому первый временной аспект психологического отношения связан с изменениями свойств объекта отношения, которые не являются стабильными, постоянными. Субъект относится к объекту в настоящем не иначе, как оценивая изменения свойств объекта отношения в прошлом и прогнозируя будущие изменения этих свойств. Субъект оценивает объект с точки зрения тенденции его (объекта) изменения от прошлого к настоящему и от настоящего к будущему. Ретроспективная оценка изменения свойств объекта и оценка ожидаемых, прогнозируемых изменений его свойств во многом определяют актуальное отношение субъекта к объекту, его оценку в настоящем.

Второй временной аспект психологического отношения связан с изменениями свойств самого субъекта. Изменившийся субъект уже иначе, по-другому относится даже к относительно стабильному по своим свойствам объекту. При этом объектом осознания и переживания может становиться сама динамика отношений субъекта с объектом, когда он (субъект) сравнивает свое актуальное отношение к объекту и свое отношение к нему в прошлом. Третий временной аспект психологического отношения связан со структурой переживаний субъектом своих связей с объектом. Это может быть не только актуальное переживание отношения, но и воспоминание об отношении, и предчувствие, ожидание своего отношения к объекту в будущем.

Динамичность психологических отношений субъекта носит не только временной, но и структурный, так сказать, пространственный характер. Отношение к объекту может существенно различаться в зависимости от условий, ситуации, в которой находятся и субъект, и объект. В отношении субъекта речь идет о его психическом состоянии в настоящий момент. В отношении ситуации — о том контексте, в рамках которого это отношение актуализируется. Важным психологическим механизмом формирования отношения как оценки субъектом объекта является механизм сравнения, поэтому результаты оценки одним и тем же субъектом одного и того же объекта могут существенно различаться в зависимости от результатов сравнения объекта оценки с другими, релевантными объектами оценки.

Использование категорий пространства и времени представляется весьма перспективным для теоретического анализа феномена психологических отношений человека, их структуры и динамики.

Функции и виды психологических отношений человека

Концепция психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности позволяет рассматривать и исследовать психологические отношения человека, который является онтологически единственным носителем (субъектом) этих отношений, на разных уровнях. На личностном уровне они рассматриваются как психологические отношения конкретной личности, индивидуального субъекта отношений. На межличностном уровне они рассматриваются как отношения между личностями, характеризующимися сходством или различиями психологических отношений. На межгрупповом уровне они рассматриваются как отношения между личностями как представителями социальных групп, различаю-

щимися, в частности, психологическими отношениями к значимым сторонам совместной жизнедеятельности. Использование такого многоуровневого подхода в исследовании психологических отношений людей как субъектов совместной жизнедеятельности представляется существенным вкладом в развитие теории психологических отношений человека и перспективным направлением дальнейших исследований в социальной психологии.

Перспективы дальнейших исследований психологических отношений человека в социальной психологии связываются нами с уточнением их видов и функций, в том числе отношений между личностью и группой. Классификация психологических отношений с точки зрения специфики их субъектов может быть представлена следующим образом: психологические отношения личности, межличностные отношения, внутригрупповые отношения и межгрупповые отношения. Последние три группы объединяются в класс социально-психологических отношений и соответствуют различным уровням организации общества как системы социальных связей между субъектами.

Социально-психологические отношения

Понятие психологических отношений человека, первоначально введенное в систему теоретических представлений как общепсихологическое, в течение последних десятилетий приобрело статус одной из основных категорий социальной психологии. Специфическими социальными объектами психологических отношений личности выступают другие люди. В условиях взаимодействия и совместной деятельности люди одновременно выступают и в качестве субъектов, и в качестве объектов психологических отношений. В этом случае можно говорить об отношении человека к другому человеку (или к другим людям), т. е. о субъектно-субъектных отношениях. Последние могут носить взаимный характер, т. е. характер субъектно-субъектных взаимоотношений. Объектами переживаний человека могут быть не только его отношения к другим людям, но и воспринимаемые отношения к себе. При этом следует разделять взаимоотношения, понимаемые как связи, складывающиеся между людьми и реализующиеся в процессе межличностного взаимодействия, и отношения как субъективные оценки этих связей участниками взаимодействия, т. е. отношения к отношениям, по терминологии П. Н. Шихирева.

Для обозначения психологических отношений, возникающих между людьми в процессе совместной жизнедеятельности, взаимодействия и общения, нам представляется адекватным использова-

ние понятия «социально-психологические отношения». Оно соединяет в себе преемственность в содержании с более общим понятием «психологические отношения» и вместе с тем охватывает всю совокупность психологических отношений, возникающих между людьми, не только межиндивидуальных, но и межгрупповых. Анализ социально-психологических отношений как особого класса психологических отношений приводит нас к выводу, что они обладают всеми существенными свойствами, атрибутами психологических отношений. Вместе с тем социально-психологические отношения характеризуются рядом существенных особенностей, обусловленных фактом их включенности в процессы общения и взаимодействия между людьми, в их совместную деятельность и жизнедеятельность, в конкретные общественные отношения, объективно складывающиеся между ними. Такими особенностями являются: единство и неразрывная связь социально-психологических отношений с общественными отношениями, обусловленность и детерминированность их объективным содержанием; опосредованность социально-психологических отношений между людьми целями, содержанием и характером совместной деятельности; нормативно-оценочный характер социально-психологических отношений, т. е. их зависимость от социальных норм, требований, ожиданий и их проявление в мнениях, оценках, суждениях, носящих оценочный, зачастую эмоционально окрашенный характер; проявление избирательной направленности отношений в поведении и взаимодействии между людьми, т. е. преобладание тенденций к объединению и сотрудничеству или к разбедению и противоборству в отношениях между людьми. Специально необходимо отметить динамический, процессуальный характер этих явлений, предполагающий сочетание устойчивости, преемственности отношений с их изменчивостью, динамичностью. Наконец, следует признать многомерный характер социально-психологических отношений, проявляющийся в многообразии критериев, лежащих в основе взаимных субъективных оценок людьми друг друга, и в многообразии качественных и количественных характеристик самих этих оценок: их активности, модальности, осознаваемости, удовлетворенности ими субъектов и т. д. Последние обстоятельства обосновывают конструктивность применения к анализу социально-психологических отношений таких философских категорий, как пространство и время. Очевидно, указанные особенности не исчерпывают всех отличительных признаков социально-психологических отношений, однако они являются весьма существенными для того, чтобы учитывать их при дальнейшем анализе проблемы.

Социально-психологические отношения обязательно отражают субъективный мир личности, но они есть и результат отражения общественных и производственных отношений. При этом обусловленность социально-психологических отношений между людьми общественными, в том числе производственно-экономическими отношениями, отнюдь не является линейной и однозначной. Мы считаем, что более правильно говорить о взаимной связи и взаимной обусловленности этих отношений в реальном поведении, общении и взаимодействии между индивидами и группами (Позняков, 2000). Роль общественных отношений, по мнению И. Р. Сушкова, заключается в том, что они становятся материализованной проекцией социально-психологических отношений и приобретают, с одной стороны, способности физической вещи, а с другой – ценностные характеристики, что делает доступными для обмена воплощенные в них социально-психологические отношения (Сушков, 2002). При этом «социальность как чувство разделенности психологических отношений, неразложима на составные части и не может быть познана через исследование каких-либо ее компонентов. Именно поэтому она и является принципиально новым свойством организованной материи, обладающей сознанием» (Сушков, 1999, с. 82–83).

Наиболее общий вывод, вытекающий из анализа содержания и особенностей социально-психологических отношений, состоит в том, что эти отношения не могут быть правильно поняты и объяснены, исходя только из анализа индивидуальных психологических характеристик субъектов взаимоотношений и их взаимодействия между собой. В основе социально-психологических отношений даже тогда, когда они имеют видимость межиндивидуальных, лежат общественные по своей природе отношения между социальными общностями.

При таком понимании психологические отношения личности как субъекта совместной социальной жизнедеятельности, сохраняя свой статус явлений индивидуального сознания, онтологически целостным субъектом которого выступает личность как социальный индивид, одновременно раскрываются как носители социальных явлений: ценностей, норм, оценок, социальных связей, которые формируются, воспроизводятся и изменяются не иначе, как в процессе совместной жизнедеятельности личностей как социальных субъектов психологических отношений. Тем самым снимается традиционная дихотомия рассмотрения психологических и общественных отношений, при которой субъективные психологические отношения противопоставляются объективным социальным отношениям, субъектами которых выступают, по мнению некоторых исследова-

телей, не отдельные индивиды, а социальные группы. Следующий шаг в последовательном анализе проблемы отношений в социальной психологии предполагает рассмотрение субъектов этих отношений, в качестве которых может выступать как личность, так и группа.

Личность и группа как субъекты психологических отношений

В самом определении понятия «психологические отношения личности» заложено представление о том, что носителем, субъектом этих отношений выступает личность, социальный индивид. При этом связь содержания психологических отношений и личности как их субъекта носит двусторонний характер. С одной стороны, она означает, что психологические отношения — это всегда отношения конкретных людей, субъектов этих отношений. Не существует каких-либо абстрактных, внесубъектных психологических отношений, их носителями, субъектами всегда выступают конкретные люди. С другой стороны, психологические отношения личности носят индивидуально своеобразный характер. Совокупность устойчивых, избирательных, сознательных отношений к окружающему миру является центральной социально-психологической характеристикой конкретной личности, индивидуальности. Вместе с тем особенности психологических отношений к важным социальным объектам: различным видам деятельности, окружающим людям и к самому себе носят повторяющийся, социально-типичный характер. При этом в отличие от неповторимого сочетания психологических отношений конкретной индивидуальности число наиболее часто встречающихся комбинаций базовых отношений ограничено. Это позволяет рассматривать типологические особенности психологических отношений личности в качестве основания социально-психологической типологии. Именно такой подход был использован нами в ряде эмпирических исследований при построении социально-психологической типологии субъектов экономической деятельности, основанием которой выступают различия в психологических отношениях к формам собственности и видам экономической деятельности, к партнерству и конкуренции в деловом взаимодействии (Позняков, 2000, 2001; Журавлев, Позняков, Титова, 2008; Позняков, Вавакина, 2011, 2016; и др.). Сходство в психологических отношениях и определяемых ими выборах (предпочтениях) форм собственности и видов экономической деятельности, в свою очередь, является социально-психологическим основанием формирования новых социальных общностей, дифференциации между социальными группами и вну-

тригрупповой интеграции, что позволяет говорить уже не только об индивидуальных, но и о групповых субъектах психологических отношений.

Таким образом, комплексный, всесторонний анализ психологических отношений личности предполагает их рассмотрение на трех основных уровнях: на уровне анализа психологических отношений личности как индивидуального субъекта (и здесь базовыми характеристиками личности-субъекта выступают его отношения к внешним условиям жизнедеятельности, к различным видам социальной активности, выполняемой деятельности, окружающим людям и к самому себе), на уровне анализа психологических отношений между индивидуальными субъектами и на уровне анализа психологических отношений, субъектами которых выступают различные социальные группы. При этом общность базовых психологических отношений индивидуальных субъектов, входящих в ту или иную группу, выступает одним из основных признаков психологической общности группы, т. е. условием ее существования как группового субъекта.

Проведенный анализ позволяет уточнить вопрос о соотношении феноменологии психологических отношений на уровне индивидуального и группового субъектов этих отношений. Эта связь представляется нам неоднозначной. С одной стороны, сходство психологических отношений индивидов, членов одной группы выступает одним из существенных признаков психологической общности и основанием выделения группы как субъекта психологических отношений. При этом исходным моментом образования психологической общности группы и ее формирования как группового субъекта психологических отношений выступают психологические отношения отдельных индивидов. С другой стороны, сходство психологических отношений индивидов является результатом, следствием совместной деятельности (или более широко — жизнедеятельности), объективных социальных связей и отношений, в которые включены индивиды, занимающие сходные позиции в структуре социальных связей. И в этом смысле психологические отношения индивидов являются вторичными, производными по отношению к социальным отношениям между группами, и сходство базовых психологических отношений индивидов, принадлежащих к одной социальной общности, является следствием социального единства группового субъекта. В первом случае ведущим психологическим механизмом формирования группового субъекта психологических отношений является сходство эмоциональных и ценностных оценок как компонентов психологических отношений индивидуальных субъектов, во втором — рацио-

нальное осознание сходства социальных характеристик индивидов, принадлежащих к одной социальной общности.

Следовательно, использование термина «групповой субъект психологических отношений», или «группа как субъект психологических отношений», может иметь как минимум два различных значения. Во-первых: сходство психологических отношений индивидов по тем или иным критериям, позволяющее отнести их к одному социально-психологическому типу и выступающее, по крайней мере, потенциально основанием их психологической общности; во-вторых: осознание индивидами сходства их положения в системе базовых объективных социальных связей и отношений, порождает на этой основе чувства принадлежности к одной социальной общности. Заметим, что эти два значения не всегда совпадают именно в силу субъективности и избирательности психологических отношений индивидуальных субъектов. Индивиды, принадлежащие по объективным социальным признакам к одной социальной общности, могут существенно отличаться друг от друга по своим базовым психологическим отношениям (к внешним условиям жизнедеятельности, к различным видам социальной активности, выполняемой деятельности, друг к другу и к самим себе), и такая группа не может характеризоваться как групповой субъект психологических отношений. С другой стороны, у индивидов, принадлежащих по объективным признакам к разным социальным группам, могут отмечаться сходные психологические отношения, что позволяет относить их к одному социально-психологическому типу, а в случае осознания ими своей психологической общности по данному признаку — характеризовать их как групповой субъект психологических отношений. Таким образом, основными признаками группового субъекта психологических отношений являются не только совместность деятельности или, рассматривая совместную активность более широко, жизнедеятельности индивидов, но и сходство, общность их психологических отношений.

Категория совместной жизнедеятельности и психология отношений

Обращение к категории совместной жизнедеятельности в нашем концептуальном подходе обусловлено двумя группами причин. Первая из них связана с опытом проведения эмпирических исследований. В раннем исследовании динамики межгрупповых отношений в тру-

довом коллективе в условиях организационно-экономического нововведения (Позняков, 1991) мы изучали социально-психологические отношения внутри первичных трудовых коллективов и между ними во взаимосвязи с изменением организационных и экономических условий и факторов совместной трудовой и экономической деятельности индивидуальных и групповых ее субъектов. Однако в дальнейших исследованиях, при изучении процессов межгрупповой дифференциации в сельских общностях в условиях изменения форм собственности (Позняков 1997) и отношения жителей, проживающих на радиоактивно-загрязненных территориях, к экологическим и экономическим условиям жизнедеятельности (Журавлев, Позняков, 1996), мы столкнулись с тем, что исследуемые нами социально-психологические феномены (психологические отношения личности, внутригрупповые и межгрупповые отношения) складываются и изменяются под влиянием факторов, выходящих за рамки только совместной деятельности в классическом понимании этого понятия. Процессы, связанные с выбором форм собственности и условий экономической деятельности, определяющие формирование новых социальных общностей, новых экономических и социальных отношений между ними, реализуются в более широких рамках социального взаимодействия, не сводимого только к совместной деятельности. Совместное проживание в общий исторический период времени в общем природном и социокультурном пространстве, включенность в регулярные процессы межличностного общения и взаимодействия, предполагающие, в частности, обмен мнениями, суждениями и оценками, более точно определяется именно термином «совместная жизнедеятельность». Правомерность и конструктивность использования категории «совместная жизнедеятельность» была подтверждена и в наших дальнейших исследованиях, в частности, при изучении психологических отношений к табакокурению, важной частью которого было изучение социально-психологических отношений между курящими и некурящими мужчинами и женщинами. В этом исследовании мы снова столкнулись с невозможностью исследовать и объяснять исследуемые феномены в рамках понятийного аппарата совместной деятельности, поскольку в данном случае в качестве ведущих оснований внутригрупповой дифференциации и межгрупповой интеграции выступали другие виды социальной активности, которые более уместно обозначить как бытовое поведение: собственно табакокурение и связанное с ним межличностное и межгрупповое взаимодействие, общение как проявления совместной жизнедеятельности (Позняков, Хромова, 2010; и др.).

В теоретическом плане, рассматривая социально-психологические особенности человеческих общностей (малых и больших групп), мы пришли к выводу, что основными факторами формирования психологической общности группы выступают, с одной стороны, совместная деятельность и те объективные социальные связи и отношения, которые порождаются ею, а с другой — общение как относительно самостоятельный вид человеческой активности, не сводимый к совместной деятельности и не всегда связанный с нею. Если в рамках совместной деятельности взаимодействие между ее участниками и субъектно-субъектные отношения между ними подчиняются и определяются, прежде всего, целями и задачами совместной деятельности, то в процессе общения субъектно-субъектное взаимодействие представляет собой самостоятельную форму совместной активности, результатом которой является не достижение поставленной цели совместной деятельности, даже если на первый взгляд совместная активность имеет вид совместной целенаправленной деятельности (например, туристический поход или совместное посещение культурного мероприятия). Главными здесь являются специфические цели общения: обмен информацией, эмоциональными переживаниями, взаимными оценками, взаимное познание и понимание участниками друг друга, формирование и поддержание межличностных отношений, приверженности к группе, чувства психологической общности.

Поэтому мы предложили рассматривать социальные группы как субъекты, по крайней мере, двух основных и относительно самостоятельных видов совместной активности (т. е. совместной жизнедеятельности): совместной деятельности и общения (Позняков, 2002; и др.). При этом в реальной повседневной жизни людей социально-психологические явления, порождаемые общением, понимаем в широком смысле этого слова как социальное взаимодействие, играют ничуть не меньшую роль, чем процессы, связанные с совместной деятельностью как таковой.

Раскрывая значение определения «совместный», обратимся к прямому этимологическому значению этого слова в русском языке. «Совместный» означает «вместе» и относит нас к категории пространства (и тесно связанной с ней категории времени). «Совместный» означает реализующийся, проявляющийся в одном месте, в едином пространстве. Это первый и изначальный смысл данного определения. Совместная жизнедеятельность — означает жизнедеятельность или бытие, осуществляемое в общем пространстве и времени: физическом, территориальном, природном, социальном. Присутствие других лю-

дей в одном и том же месте (и в одно и то же время) — вот изначальный признак совместности. В классической социальной психологии известны феномены, порождаемые факторами такого рода совместности. Я имею в виду результаты исследований влияния присутствия других людей на протекание психических явлений и поведение индивида, известные в социальной психологии под названиями «социальная фасилитация» и «социальная ингибция» (Майерс, 2010). Характерно, что эти феномены и связанные с ними закономерности были обнаружены как эффекты простого присутствия других людей без наличия не только совместной деятельности, но и какого-либо взаимодействия, в том числе общения. Более того, сходные явления были зафиксированы исследователями не только при изучении людей, но и представителей других биологических видов. В широком смысле этого слова термин «совместная жизнедеятельность» может быть использован и применительно к анализу поведения животных (например, стадного поведения и т. д.). Однако здесь нужно сразу оговориться, что мы анализируем проблему совместной жизнедеятельности только применительно к совместной жизнедеятельности людей, т. е. как проблему совместной социальной жизнедеятельности. И в этом случае совместность как простое присутствие других людей является лишь одним и далеко не единственным и не главным атрибутом совместности.

Более важными, существенными атрибутами совместной жизнедеятельности мы считаем включенность ее субъектов в социальное взаимодействие и порождаемые этим взаимодействием социальные связи и отношения. В этом случае классические категории пространства и времени приобретают новый смысл, порождаемый социальностью как атрибутом совместной жизнедеятельности людей как социальных субъектов. Здесь мы должны говорить не только о едином (совместном) физическом и природном пространстве участников совместной жизнедеятельности, но и о едином социокультурном пространстве, обусловленном принадлежностью субъектов совместной жизнедеятельности к общим для них социокультурным условиям, проживанием в едином историческом времени, их принадлежности к единым, общим для них общностям, владением средствами общения, позволяющими формировать эту общность и осознавать ее.

Еще один важный смысл категории совместности связан с ее двойственностью, предполагающей наличие противоположного совместности свойства. Быть с кем-то вместе означает одновременно — быть с кем-то другим не вместе, т. е. врозь, отдельно. Категория совместности изначально включает в себя не только смысл объединения,

общности, интеграции, но и смысл разделения, различия, дифференциации. Этот аспект совместности прямо обращает нас к категориям «мы» и «они», как базовым категориям социальной психологии (см., например: Поршневу, 1979).

Данная дихотомия: «свой»—«чужие», «такие как мы»—«другие», «иные» является основополагающей в современной социальной психологии (См., например: Московичи, 2007). Социально-психологические процессы дифференциации и интеграции, детально проанализированные нами при анализе проблемы межгрупповых отношений, выступают психологическими механизмами, обеспечивающими и регулируемыми процессы социального взаимодействия и совместной социальной жизнедеятельности. При этом реальными субъектами совместной социальной жизнедеятельности выступают, прежде всего, не индивиды, но именно социальные группы. Понять психологические отношения индивидуальных субъектов, которые онтологически всегда выступают реальными субъектами психологических отношений как феноменов психики и сознания без понимания изначально социальной, т. е. групповой природы этих отношений, невозможно. Отдельный человек, личность выступает лишь носителем, и в этом смысле, индивидуальным субъектом своих психологических отношений. Однако содержание этих отношений, переживаемое индивидуальным субъектом как его индивидуальные отношения, изначально социально, формируется в социальном взаимодействии, закрепляется в культурных знаках и символах и присваивается индивидом. Содержание этих отношений является общим, сходным с содержанием отношений каких-то других индивидов (реально или потенциально «своих») и различным, отличающимся от отношений индивидов, реально или потенциально «других», «чужих». Общность, сходство психологических отношений (и других содержательных феноменов психики и сознания, например, представлений, верований и т. д.) индивидов, позволяющая рассматривать их как групповых субъектов психологических отношений, является одновременно и следствием, продуктом их совместной жизнедеятельности, и фактором, условием реализации этой совместности, условием существования групп как психологических и социальных общностей.

В современных условиях жизнедеятельности, когда формы и средства взаимодействия между людьми многократно изменяются и усиливаются, радикально меняются и механизмы совместной жизнедеятельности индивидуальных и групповых субъектов. С одной стороны, многообразие взаимодействующих субкультур со своими различными ценностями, представлениями и отношениями способствует ак-

тивизации процессов социально-психологической дифференциации внутри реальных социальных сообществ (семьи, трудовой или учебной группы). С другой стороны, расширение и интенсификация возможностей взаимодействия, в том числе виртуального, создает новые возможности для формирования социально-психологических общностей и групповых субъектов вне рамок непосредственного общения и совместной деятельности. Эти новые виды социальных общностей еще ждут своего тщательного исследования.

Взаимосвязь социально-психологических и общественных отношений как проблема научного исследования

Перейдем к рассмотрению предмета психологического исследования внутригрупповых и межгрупповых отношений и их связи с общественными отношениями. Межгрупповые отношения мы рассматриваем как социально-психологические отношения, субъектами которых выступают группы людей или социальные группы (см. главу 2). Необходимыми условиями существования таких отношений являются: наличие не только внешней, объективной социальной, но и внутренней, субъективной психологической общности между индивидами, входящими в группу; а также наличие объективных социальных взаимосвязей и взаимозависимостей между представителями разных групп. При этом, говоря о психологической общности групп, которая может проявляться в общности ценностей, потребностей и интересов, целей и задач совместной деятельности, мнений, оценок, поступков и т. д., мы имеем в виду именно общность индивидуальных социально-психологических феноменов, присущих личностям, входящим в рассматриваемые группы. При этом мы полностью разделяем точку зрения Е. В. Шороховой, согласно которой социальная психология — это всегда психология личностей, находящихся в определенных отношениях (Шорохова, 1974, с. 21).

Речь идет, таким образом, о психологических отношениях личностей, но таких отношениях, которые преимущественно порождаются фактом принадлежности этих личностей к различным группам, обладающим внутренней психологической общностью и находящимся между собой в определенных объективных социальных отношениях. Эти объективные отношения, складывающиеся между группами, воспроизводятся в процессе общения и взаимодействия между представителями этих групп как социально-психологические отношения между ними и отражаются в сознании людей. При этом объективная общность людей, объединенных в группу, в сочетании с их субъек-

тивной, психологической общностью создает основу для осознания представителями взаимодействующих групп отношений, складывающихся между ними, как межгрупповых отношений. Такое понимание межгрупповых отношений делает необходимым уточнить содержание понятий и классификацию отношений, складывающихся между людьми.

Мы предлагаем классифицировать отношения, складывающиеся между людьми, следующим образом. Во-первых, следует разделять два вида отношений: объективно складывающиеся между социальными группами, безличные по своей сути общественные отношения (связи между социальными группами и индивидами как элементами социальной структуры общества) и субъективно-личностные, психологические отношения, складывающиеся между людьми – социально-психологические отношения. Основой классификации этих отношений является их характер, природа, соотношение объективности и субъективности. По поводу их соотношения мы придерживаемся точки зрения Г. М. Андреевой. Основой этого подхода является предлагаемое автором существование «внутри системы безличных общественных отношений второго ряда отношений – межличностных (или, как их иногда называют, например, у Мясищева, – психологических)» (Андреева, 1979, с. 72). По мнению Г. М. Андреевой, «природа межличностных отношений может быть правильно понята, если их не ставить в один ряд с общественными отношениями, а увидеть в них особый ряд отношений, возникающих *внутри* каждого вида общественных отношений, не вне их. Схематически это можно представить как сечение особой плоскостью системы общественных отношений; то, что обнаруживается в этом «сечении экономических, социальных, политических и иных разновидностей общественных отношений и есть межличностные отношения» (там же).

Общественные и межличностные отношения, по мнению Г. М. Андреевой, неразрывно слиты. «Существование межличностных отношений внутри различных форм общественных отношений есть как бы реализация безличных отношений в деятельности конкретных личностей, в актах их общения и взаимодействия. Вместе с тем, в ходе этой „реализации“ отношения между людьми (в том числе общественные) вновь воспроизводятся» (там же, с. 73). Автор обосновывает утверждение, что «межличностные отношения есть действительная реальность общественных отношений: вне их нет где-то „чистых“ общественных отношений» (там же, с. 74). В этой связи уместно вспомнить высказывание К. Маркса о том, что именно личное, индивидуальное отношение индивидов друг к другу, их взаимное отношение

в качестве индивидов создало и повседневно воссоздает существующие общественные отношения (Маркс, 1960). Разделяя точку зрения Г. М. Андреевой на природу межличностных отношений и их соотношение с общественными отношениями, мы считаем, что более подходящим для определения отношений, которые автор определяет как межличностные, является все-таки термин «психологические», а точнее, поскольку речь идет о социально-психологических явлениях, социально-психологические отношения между людьми.

Открытым и дискуссионным остается вопрос о том, являются ли любые межличностные отношения, или психологические отношения между отдельными индивидами, реализацией общественных отношений. Или между людьми могут возникать реальные объективные связи, которые нельзя однозначно интерпретировать как общественные отношения. В качестве гипотезы выскажу предположение о том, что такие связи имеют место быть между людьми. И существенным признаком разделения этих двух видов связей может являться соотношение биологического и социального в совместной жизнедеятельности людей. Чем ближе характер взаимосвязей и взаимодействий приближается по своей природе к биологическим аспектам жизни людей, тем в меньшей степени отношения между людьми являются формой реализации собственно общественных отношений. Здесь я имею в виду, прежде всего, такие биологически обусловленные связи, как половое влечение и соперничество, проявления взаимной агрессии или, наоборот, внимания и заботы, отношения доминирования и подчинения в общностях, охрану своей территории от «чужаков», детско-родительские отношения и т. п. связи, которые наблюдаются и исследуются не только у людей, в человеческих общностях, но и у представителей различных биологических видов, ведущих совместный образ жизни. Однако, повторюсь, вопрос это дискуссионный, его решение выходит за рамки собственно психологического анализа, но является принципиальным для понимания того, что же в психологии человека является собственно социальным.

Во-вторых, уже применительно к социально-психологическим отношениям, следует выделять межиндивидуальные социально-психологические отношения (или отношения собственно межличностные) и межгрупповые социально-психологические отношения. Хотя межгрупповые социально-психологические отношения, как правило, реализуются и воспроизводятся в личных отношениях между представителями взаимодействующих групп, назвать их межличностными было бы не совсем правильно, так как речь идет именно об отношениях между разными группами или между представителями разных

групп. И даже в том случае, когда мы непосредственно имеем место с воспроизводством и реализацией этих отношений во взаимодействии и взаимоотношениях двух индивидов, речь идет об отношениях этих индивидов как представителей различных групп, т. е. именно о межгрупповых отношениях.

С этой точки зрения нам представляется обоснованной позиция И. Р. Сушкова: «Рассматривая взаимодействие двух представителей различных групп, выступающих от имени групп, мы не можем сказать, что имеем пример только межличностного общения или только межгруппового, так как личность сочетает в себе черты как типичные, присущие определенной общности, так и индивидуальные. Скорее всего — это случай, когда межгрупповые отношения воспроизводятся конкретными личностями» (Сушков, 1983, с. 46). Отсюда следует методологический вывод автора о том, что иначе как через субъективные восприятие и поведение личности вряд ли возможно исследовать групповые отношения (там же).

Таким образом, при анализе социально-психологических отношений между людьми, которые в любом случае являются субъективными, психологическими отношениями личностей друг к другу, главным критерием выделения межгрупповых отношений от отношений межличностных (или межиндивидуальных) является тот факт, выступают ли взаимодействующие лица в этих отношениях друг к другу по преимуществу как индивиды или как представители различных общностей. Мы говорим «по преимуществу» потому, что в любом акте общения и взаимодействия между людьми можно выделить и личностный, индивидуальный аспект, и аспект групповой. В эмпирических исследованиях, анализируя поступки, мнения и оценки индивидов по отношению друг к другу, мы рассматривали их как проявления межгрупповых отношений постольку, поскольку индивиды проявляли в них отношения, характерные для группы в целом и поскольку эти поступки, мнения и оценки были адресованы другим группам или отдельным индивидам как представителям этих групп. Проведенный анализ позволяет уточнить соотношение понятий межгрупповые социально-психологические отношения и общественные отношения. И в том, и в другом случаях речь идет об отношениях между социальными группами или (что в принципе то же самое) между индивидами как представителями этих групп. Различие заключается в критериях, по которым выделяются эти группы, и в характере складывающихся между ними отношений (связей).

Применительно к общественным отношениям речь идет, прежде всего, о социальных группах как объективно складывающихся

структурных элементах общества, различающихся по месту, занимаемому ими в системе данных общественных отношений. Субъектами общественных отношений выступают социальные группы как элементы социальной структуры общества. Эти отношения носят безличный характер. Реальные индивиды и группы воспроизводят эти отношения лишь постольку, поскольку являются носителями свойств совокупных субъектов общественных отношений. Типичным примером таких обезличенных отношений являются трудовые отношения на производстве, связанные с технологическим, функциональным и организационным разделением труда, а также производственные отношения, основанные на различиях в экономических отношениях субъектов трудовой деятельности к собственности на средства производства. Осознание объективных производственных отношений в психологии представителей различных социальных групп может быть весьма субъективным и неадекватным. Так, в наших эмпирических исследованиях динамики социально-психологических отношений в условиях изменения формы собственности в организации мы сталкивались с ситуациями, когда бывший член коллективного хозяйства, т. е. реальный собственник средств производства в процессе приватизации, получив свой имущественный пай и продав его другому человеку, фактически превращался в наемного работника, но субъективно воспринимал и оценивал себя по-прежнему как одного из полноправных собственников этих средств.

Применительно к социально-психологическим межгрупповым отношениям речь идет о субъективных, психологических отношениях, складывающихся между людьми как представителями различных групп, обладающих внутренней психологической общностью. Отличительной особенностью межгрупповых отношений как социально-психологических явлений является их ярко выраженный нормативно-оценочный характер, субъективность, пристрастность. Наиболее отчетливое выражение эти особенности межгрупповых отношений нашли в таких феноменах, как внутригрупповые и внешнегрупповые стереотипы, группоцентризм, внутригрупповой фаворитизм, внешнегрупповая дискриминация и др.

Отмеченные явления относятся к сфере субъективных, психологических явлений, характеризующих сознание индивидов как представителей тех или иных социальных групп. Вместе с тем они объективно проявляются в мнениях и оценках людей, в их общении и взаимодействии друг с другом, т. е. в форме реальных объективных взаимоотношений между людьми. Поэтому можно утверждать, что безличные общественные отношения или социальные связи меж-

ду группами не только отражаются в субъективных психологических отношениях представителей этих групп, но и реализуются, воспроизводятся в форме этих отношений.

Таким образом, понятие «межгрупповые отношения» используется как для обозначения многообразных социальных связей и отношений (в том числе, социально-психологических), субъектами и объектами которых выступают социальные общности, группы, так и для обозначения разнообразных явлений индивидуального и группового сознания, которые являются субъективным, психологическим отражением объективных социальных связей и отношений, складывающихся между этими группами.

Внутригрупповые отношения, т. е. отношения, складывающиеся внутри социальной общности, также характеризуются взаимодействием объективных, социальных и субъективных, психологических факторов. С одной стороны, принадлежность к одной социальной общности выступает объективным основанием активизации процессов внутригрупповой интеграции. При этом сходство психологических отношений индивидов к значимым для них объектам и явлениям совместной жизнедеятельности само по себе может служить серьезным субъективным фактором усиления внутригрупповой интеграции и даже стать основой формирования новых социальных общностей (например, неформальных объединений). С другой стороны, различия в психологических отношениях и связанная с ними рассогласованность реального поведения отдельных индивидов могут явиться причиной разобщения, внутригрупповой дезинтеграции и прекращения существования конкретной группы как социальной общности.

Отмечая обусловленность субъективных отношений личности объективными общественными отношениями, российские психологи подчеркивают деятельный, активный характер отношений личности. Так, по мнению Е. В. Шороховой, субъективные отношения к объективному положению вещей, к другим людям, самому себе составляют ядро социально-психологической характеристики личности (Шорохова, 1974, с. 19). Б. Ф. Ломов отмечает, что в отечественной психологии в роли основания психологических отношений (автор использует термин «субъективно-личностные отношения») рассматриваются общественные отношения. «Вся система этих отношений... детерминирует тем или иным путем субъективные отношения конкретных личностей, проявляющиеся в их действиях, переживаниях, стремлениях» (Ломов, 1984, с. 327). Субъективные отношения личности так или иначе проявляются в любом ее действии, но наиболее

полное выражение они находят в поступках, которые, как отмечал С. Л. Рубинштейн, являются единицами ее поведения.

Положение о детерминации психологических отношений личности и социально-психологических отношений между людьми общественными отношениями является одним из фундаментальных принципов отечественной социальной психологии, сформулированных еще в советский период ее развития. Вместе с тем дальнейшее развитие теоретических и эмпирических исследований позволяет скорректировать и развить этот принцип. Обусловленность социально-психологических отношений между людьми общественными, в том числе производственно-экономическими отношениями, отнюдь не является линейной и однозначной. Более правильно говорить о взаимной связи и взаимной обусловленности этих отношений в реальном поведении, общении и взаимодействии между индивидами и группами. Это положение явилось краеугольным камнем нашего концептуального подхода в исследовании динамики психологических отношений субъектов экономической деятельности в условиях изменения форм собственности (Позняков, 2000, 2001, 2002; и др.).

Подводя итог анализу взаимосвязей между социально-психологическими отношениями как субъективными психологическими отношениями между людьми и общественными отношениями как объективными социальными связями, можно сделать вывод о том, что эти взаимосвязи могут носить разнообразный характер. Социально-психологические отношения (психологические отношения личности, межличностные, внутригрупповые и межгрупповые) являются субъективным отражением объективных социальных связей и отношений, складывающихся между индивидами и группами как субъектами этих отношений, в сознании представителей этих групп. Они являются также формой реализации объективных социальных связей и отношений в общении и взаимодействии индивидов и групп. Динамика социально-психологических отношений может рассматриваться как следствие, результат изменения социальных связей и отношений. Наконец, социально-психологические отношения, являясь факторами регуляции социального поведения индивидов и групп, могут оказывать существенное влияние на формирование и развитие социальных связей и отношений.

Основной проблемой в исследовании социально-психологических отношений является, по нашему мнению, анализ того, как объективные связи и отношения, складывающиеся внутри социальных групп и между группами как социальными общностями, определяют особенности поведения и взаимодействия субъектов и отражаются

в субъективных, социально-психологических отношениях, складывающихся между группами как психологическими общностями и их отдельными представителями. Другая проблема состоит в том, чтобы выяснить, как субъективные социально-психологические отношения, возникнув и развиваясь, определяют конкретные особенности совместной жизнедеятельности, поведения и взаимодействия представителей разных групп по отношению друг к другу, воспроизводя, трансформируя и изменяя содержание безличных социальных связей и отношений между индивидуальными и групповыми субъектами.

Отношение как оценка. Критерии и основания классификации психологических отношений человека к другим людям

Анализ истории и современного состояния теории психологических отношений показывает, что в настоящее время идея отношения актуальна как никогда, а психологическое отношение занимает одно из центральных мест в системе понятий психологической науки. В то же время в современных представлениях о психологических отношениях существует ряд нерешенных проблем, притягивающих к себе внимание исследователей. Одной из таких проблем является отсутствие единой точки зрения на свойства и виды психологических отношений человека. Мы конкретизируем отдельные стороны психологического отношения и рассмотрим возможность выделения некоторых его видов. Излагаемые ниже представления о критериях и видах психологических отношений человека к другим людям, а также основные положения ресурсно-ценностного подхода к исследованию социального взаимодействия были впервые сформулированы нами совместно с Т. С. Вавакиной (Позняков, Вавакина, 2012, 2014) и представлены в данной главе как важные положения концепции психологических отношений.

Общепринятым является положение о том, что психологические отношения строятся на основе знаний, представлений об объектах отношения, которые выделяются и рассматриваются некоторыми авторами в качестве когнитивного компонента психологических отношений, а также положение о том, что отношения проявляются в готовности к определенному поведению и в реальном поведении, которые выделяются в качестве их поведенческого компонента. Но центральным, стержневым, атрибутивным признаком психологического отношения как феномена внутреннего мира человека является понимание отношения как эмоционально окрашенного переживания, связанного с субъективной оценкой объекта отношения.

Именно в оценке проявляется индивидуальная, избирательная связь субъекта с объектом отношения.

Когда объектами психологических отношений человека выступают другие люди, то наряду с наиболее общим, родовым понятием «психологическое отношение» часто используются другие, более частные понятия. Для определения различных видов психологических отношений между людьми исследователи используют такие понятия, как эмоциональные отношения (Гозман, 1987; Коломинский, 1976), ценностные отношения (Ломов, 1984), нравственно-психологические отношения (Джидарьян, 2013), деловые отношения (Обозов, 1990) и др., что позволяет предположить возможность выделения, в частности, различных видов отношения человека к другим людям. С точки зрения эмпирического исследования наиболее доступными для анализа проявлениями психологического отношения субъекта выступают его суждения и поступки, выражающие субъективную оценку объекта отношения. Вместе с тем изучение собственно эмоционального аспекта психологического отношения представляет определенные трудности. Но именно аффективный компонент как совокупность субъективных переживаний, эмоционально окрашенных мнений, представлений и оценок формирует эмоциональную валентность и модальность психологического отношения.

Действительно, общим положением, атрибутивным признаком психологических отношений является их оценочный характер, поэтому понятия «отношение» и «оценка» в психологическом плане могут рассматриваться как синонимичные, если речь идет именно о психологической, субъективной, эмоционально окрашенной оценке. Хотя так называемые объективные оценки других людей, например экспертные, арбитражные, учебно-педагогические, нередко бывают крайне субъективными и эмоционально окрашенными. Если определять психологическое отношение как субъективную, эмоционально окрашенную оценку другого человека, неизбежно встает вопрос о том, что же является основанием для такой оценки, т. е. о критериях оценки, лежащих в основе психологических отношений.

Мы предлагаем вариант классификации психологических отношений, основанием которой выступают критерии эмоционально окрашенной оценки объекта отношения. Важно отметить, что сходство или различия психологических отношений субъектов к одним и тем же объектам имеют в своей основе сходство или различие критериев, выступающих основаниями этих оценок. Именно различия в содержании этих критериев могут выступать, по нашему мнению,

основаниями классификации психологических отношений человека к другим людям.

Анализ теоретических и эмпирических исследований, выполненных с использованием понятия «психологическое отношение», позволил нам на теоретическом уровне выделить следующие его виды, различающиеся по критерию, лежащему в основе эмоционально окрашенной оценки другого человека как объекта отношения. Во-первых, мы предлагаем выделять эмоционально-потребностные (эмоциональные) отношения, базирующиеся как на осознаваемых, так и неосознаваемых потребностях личности. Это оценочные суждения, которые в наиболее общем виде могут быть сформулированы в виде шкалы «нравится—не нравится». Во-вторых, рационально-целевые (деловые) отношения, которые основываются на соотношении разного рода осознаваемых утилитарных потребностей субъекта и способности другого человека как объекта отношения удовлетворить эти потребности. Это оценочные суждения по поводу объекта отношения с точки зрения рациональности, прагматичности, целесообразности, которые могут быть сформулированы в виде шкалы «выгодно—не выгодно». И, наконец, отношения, которые носят ценностный характер и соответствуют системе ценностей, значимых для субъекта отношений. Такого рода отношения можно определить как ценностно-смысловые (ценностные) отношения. Эти отношения представляют собой оценку объекта отношения на основании своей собственной иерархии ценностей и по шкале «значимо (важно) для меня—незначимо (неважно) для меня». В случае столкновения с антиценностями происходит оценка объекта отношения по шкале «приемлемо для меня—неприемлемо для меня».

Частным видом (наиболее ярким, конкретным) ценностно-смысловых отношений являются нравственно-оценочные суждения. Таким образом, можно выделить 1) отношения, которые имеют особое значение для личности с позиции ее ценностных приоритетов; 2) отношения, которые важны с точки зрения решения каких-либо насущных утилитарных проблем и задач; 3) отношения, которые наиболее эмоционально заряжены и связаны с удовлетворением зачастую неосознаваемых потребностей личности.

В соответствии с данными критериям оценки субъектом другого человека как объекта отношения могут быть рассмотрены как три независимые составляющие (модальности) психологического отношения: эмоциональная, деловая и ценностная. Мы полагаем, что люди различаются между собой по такому параметру, как приоритетность в использовании тех или иных критериев при оценке объектов отношения. Соответственно, возможна различная выраженность каж-

дой их трех названных составляющих психологического отношения, в том числе явное преобладание или, наоборот, игнорирование какой-либо модальности.

Совокупность оценок различных объектов отношения в соответствии с предложенными критериями может быть представлена как трехмерное пространство психологических отношений человека, где каждое психологическое отношение субъекта, например, к другому человеку как объекту отношения, занимает определенное положение в пространстве. Координаты пространства психологических отношений выражают валентность по каждой шкале, т. е. по соответствующим критериям оценки. При этом с точки зрения валентности психологическое отношение может быть как положительным или отрицательным, так и нейтральным. Но, кроме того, в действительности психологическое отношение зачастую может быть амбивалентным, поскольку сочетает в себе разномодальные составляющие. Например, если задействованы все критерии оценки, то отношение может быть представлено примерно так: «Он абсолютно безответственный человек, но мне весьма симпатичен, к тому же, он может отремонтировать мой старенький автомобиль»; «Это очень влиятельный и нужный для дела человек, всегда добивается своего, но постоянно меня критикует», «Она очень порядочный человек, но на работе толку от нее никакого, зато весела и приветлива».

Использование предложенного подхода позволяет (в крайних своих проявлениях, когда задействован преимущественно один критерий оценки) условно выделить среди всего многообразия психологических отношений человека эмоциональные отношения, деловые (или прагматические) отношения и ценностные отношения «в чистом виде». Кроме того, оно дает возможность наглядно представить, как в структуре психологических отношений конкретного человека к другим людям соотносятся эти виды отношения. Например, понять, строит ли человек свои отношения с другими людьми преимущественно как деловые, как эмоциональные, как ценностные или принимает в расчет весь спектр критериев оценки.

Ресурсно-ценностный подход к анализу психологических отношений и социального взаимодействия субъектов совместной жизнедеятельности

С точки зрения представляемого нами ресурсно-ценностного подхода к анализу психологических отношений субъектов социального взаимодействия существенными характеристиками взаимодействия

между его участниками (партнерами) является содержание ценностей и норм, определяющих позицию, ориентацию того или иного участника взаимодействия, которая придет этому взаимодействию конкретный и определенный смысл. Так, в случае доминирования утилитарной, прагматической ориентации одного из участников социального взаимодействия другой участник (партнер) выступает для него по преимуществу объектом воздействия, а само взаимодействие — ресурсом, используемым для достижения личных, утилитарных прагматических целей. Такую ориентацию в социальном взаимодействии мы обозначаем как объектно-ресурсную. В случае же, когда доминирующей, преобладающей является нравственная ориентация, другой участник взаимодействия воспринимается и оценивается не как объект воздействия для достижения своих личных прагматических целей, но как равный себе субъект, имеющий свои, отличные от собственных потребности, цели и интересы, которые следует уважать и учитывать при взаимодействии с ним. Само же взаимодействие рассматривается при этом не как один из ресурсов достижения личной выгоды, пользы от него, но как самостоятельная ценность, заключающаяся в формировании, поддержании и развитии благоприятных для обоих партнеров взаимоотношений. Такую ориентацию в социальном взаимодействии мы обозначаем как субъектно-ценностную.

Предложенный нами ресурсно-ценностный подход к анализу социального взаимодействия субъектов совместной жизнедеятельности был реализован в серии теоретико-эмпирических исследований. Речь идет об исследовании динамики внутригрупповых и межгрупповых отношений в трудовых коллективах в условиях изменения форм собственности (Журавлев, Позняков, 1992; Позняков, 2000), внутригрупповых и межгрупповых отношений этнических мигрантов и представителей местного населения в Германии (Ключникова, Позняков, 2001), партнерских и конкурентных отношений в предпринимательской среде (Позняков, Титова, 2005, 2014; Журавлев, Позняков, Титова, 2008; Позняков, Вавакина, 2009, 2016; Журавлев, Позняков, Вавакина, 2017: и др.), социально-психологических факторов ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия (Позняков, Никуло, 2013, 2016; и др.), отношения к табакокурению курящих и некурящих мужчин и женщин (Позняков, Хромова, 2010). Результаты этих исследований доказывают конструктивность использования ресурсно-ценностного подхода для анализа психологических отношений и социального взаимодействия в самых разных сферах совместной жизнедеятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экскурс в историю показывает, что «отношение» является одной из предельно обобщенных, универсальных категорий. Высокий уровень обобщенности позволяет широко использовать понятие «отношение» в разных областях знания и применительно к разным объектам и явлениям окружающей нас действительности. В психологии идея отношения приобретает особое значение, поскольку многими авторами начинает использоваться для описания самого предмета психологии и сущности психического. В то же время проведенный анализ современных представлений о психологическом отношении приводит нас к пониманию того, что на сегодняшний день нельзя говорить о том, что существует стройная и завершенная теория психологических отношений. Перспективы дальнейших исследований психологических отношений человека в социальной психологии связываются нами с уточнением их структуры, функций и видов.

Результаты историко-психологического анализа теоретических представлений и эмпирических исследований межличностных и межгрупповых отношений позволяют сделать вывод о том, что категория психологических отношений все более активно используется исследователями, работающими в области социальной психологии, при изучении психологических аспектов социальных связей, складывающихся между индивидами и группами в процессе совместной жизнедеятельности и социального взаимодействия. Именно категория психологических отношений позволяет интегрировать социально-психологические исследования, проводимые на разных уровнях анализа социальных явлений — личностном, межличностном, групповом и межгрупповом, а в перспективе — и социетальном.

Концепция психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности позволяет рассматривать и исследовать психологические отношения человека, который

является онтологически единственным носителем (субъектом) этих отношений, на разных уровнях. На личностном уровне они рассматриваются как психологические отношения конкретной личности, индивидуального субъекта отношений. На межличностном уровне — как отношения между личностями, характеризующимися сходством или различиями их психологических отношений. На межгрупповом уровне — как отношения между личностями, представляющими социальные группы и различающимися, в частности, психологическими отношениями к значимым сторонам совместной жизнедеятельности.

В рамках предлагаемой концепции психологические отношения рассматриваются как социально-психологические характеристики субъектов различных видов жизнедеятельности, эмоционально окрашенные представления и оценки, объектами которых выступают внешние условия жизнедеятельности и активности субъекта, характеристики активности и ее субъектов из различных социальных групп, с которыми субъекты отношений связаны определенными видами взаимодействия. Психологические отношения представляют собой динамические характеристики индивидуального и группового сознания субъектов, в которых представлен временной континуум изменения условий и характера активности и которые сами характеризуются сочетанием устойчивости и изменчивости во времени в связи с происходящими социальными изменениями. Пространство психологических отношений личности включает в себя психологические отношения к различным объектам и явлениям окружающего мира, к другим людям, с которыми личность связана теми или иными видами взаимодействия, отношения к самому себе. В структуре психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности представлены познавательный, эмоциональный, ценностный и поведенческий компоненты.

Психологические отношения субъектов совместной жизнедеятельности, отражая объективные социальные условия, сами выступают социально-психологическими регуляторами различных видов активности субъектов. Основными функциями, которые выполняют отношения в жизнедеятельности индивидуальных и групповых субъектов, являются следующие.

Психологические отношения субъектов выступают субъективным психическим отражением внешних условий жизнедеятельности и тех объективных социальных связей, которые складываются у субъектов с различными сторонами окружающего мира. Психологические отношения выступают не просто результатом, следствием изменения внешних условий жизнедеятельности субъекта, но и выполняют

функцию самоопределения субъекта в этих условиях, которая выражается в осознаваемой, избирательной, активной позиции субъекта в изменяющихся условиях его жизнедеятельности. Психологические отношения выполняют функцию внутренней регуляции социального поведения субъекта и других видов его активности, что находит свое выражение, прежде всего, в различных поступках, являющихся результатом сознательного выбора, который делает субъект.

Социально-интегративная функция психологических отношений проявляется в психологической общности социальных групп, формирующейся на основе сходства психологических отношений их представителей. Наличие такой психологической общности представителей тех или иных социальных групп и осознание ими своей принадлежности к этим группам, внутригрупповой общности, сходства и одновременно их отличия от других групп позволяет рассматривать эти социальные группы в качестве групповых субъектов психологических отношений. Отношения внутри социальных групп при этом могут рассматриваться как межличностные внутригрупповые отношения, а отношения, складывающиеся между представителями разных групп, как межгрупповые социально-психологические отношения.

Раздел 2

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ
СУБЪЕКТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ**

ВВЕДЕНИЕ

Одной из характерных особенностей современного состояния российской психологической науки является формирование и интенсивное развитие экономической психологии — нового научного направления, призванного интегрировать подходы психологической и экономической науки в исследовании хозяйственной жизни общества, экономического поведения, взаимодействия и взаимоотношений хозяйствующих субъектов. В четвертой главе данного раздела представлены результаты анализа истории и современного состояния экономической психологии. Дается анализ взаимосвязей экономических и психологических явлений и определение предмета экономической психологии. Формулируются основные теоретические проблемы, методологические принципы, направления эмпирических исследований и сферы приложения экономической психологии. Рассматривается состояние и перспективы развития экономической психологии с позиций теории психологических отношений человека. Особое внимание автор уделяет месту и роли категории субъекта экономической деятельности в экономической и социальной психологии.

Пятая глава посвящена анализу теоретических и эмпирических исследований психологических проблем отношений собственности. Представлены результаты историко-психологического анализа динамики психологии личности и группы в условиях изменения форм собственности, эмпирических исследований динамики социально-психологических явлений в условиях радикальной экономической реформы и особенностей экономического сознания работников предприятий с разной формой собственности, выполненных в последние годы в Институте психологии РАН. В шестой главе рассматриваются особенности предпринимательства как вида экономической деятельности и как социально-психологического явления. Представлены основные направления и современные тенденции исследований в области психологии предпринимательства.

Глава 4

ПРОБЛЕМА СУБЪЕКТА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Развитие экономической психологии как нового научного направления

Объективной предпосылкой интенсивного развития экономической психологии в России явились радикальные экономические преобразования, смена экономических отношений, прежде всего, в сфере отношений собственности на средства производства, появление новых субъектов экономической активности. Становление и углубление рыночных отношений в российской экономике, ее включение в систему мировых экономических связей, обострение психологических проблем экономического реформирования и развития обусловили актуальность научного исследования социально-психологических закономерностей происходящих процессов. Неудачи первого этапа экономического реформирования ярко продемонстрировали ограниченность узкого экономического подхода, породили ряд социальных проблем (безработицы, нищеты, преступности, массовой апатии), требующих для своего решения, в частности, психологического обеспечения.

В развитии двух материнских наук: экономики и психологии в последние годы сложились отчетливые предпосылки к интеграции. С одной стороны, отсутствие единой, разделяемой и признаваемой самими экономистами, системы представлений о человеке как субъекте экономического поведения, побуждает их к поиску контактов с представителями смежных, в первую очередь, социальных наук — социологии, политологии, культурологии, психологии. С другой стороны, в самой психологической науке, в первую очередь, в социальной психологии, отчетливо обозначились две взаимосвязанные тенденции. Во-первых, происходит дифференциация социально-психологического знания, связанная с появлением новых отраслей социальной психологии, призванных изучать психологическую сторону

основных сфер жизни общества (экономики, политики, права, идеологии). Во-вторых, одновременно с этим идет интеграция психологии с базовыми научными дисциплинами, изучающими фундаментальные закономерности развития различных сфер общественной жизни, поэтому развитие экономической психологии именно на стыке социальной психологии и экономики явилось вполне закономерным феноменом, позволяющим рассматривать его в ряду других, сходных с ним, а именно — с развитием политической, юридической, этнической, кросс-культурной психологии. Оно же со всей очевидностью отражает и положение экономической психологии в системе современного научного знания.

Вторую половину XX в. по праву можно назвать периодом активной экспансии представителей экономической науки в область представлений о законах человеческого поведения. При этом, с одной стороны, проводится ревизия представлений классической экономики о рациональности экономического поведения субъекта и вводится принцип ограниченной рациональности (Саймон, 2001). С другой — исходные атрибутивные признаки «экономического человека» (эгоизм, рациональность, индивидуализм) рассматриваются в качестве универсальных свойств, определяющих социальное поведение человека в самых разных сферах его жизнедеятельности (Беккер, 1993; Бьюкенен, 1994; Мизес, 2005; и др.).

Одновременно в рамках социологической науки интенсивно развиваются различные направления экономической социологии, исследуются взаимосвязи экономических и неэкономических аспектов жизни общества (Смелзер, 1994). Наиболее значительными направлениями этой дисциплины специалисты называют теорию социального обмена Дж. Хоманса, теорию рационального социального действия Дж. Коулмена, социоэкономике А. Этциони и теорию социальной укорененности экономического поведения М. Гранноветтера. В рамках этих направлений формируется принципиально отличная от экономической модель «социологического человека», в которой экономическое поведение субъекта рассматривается как частный случай поведения социального, в значительной мере определяемого социальными нормами и отношениями (Радаев, 2000).

Развитие экономической психологии как нового научного направления является одним из важных моментов интеграции экономической и психологической наук. Это проявляется в наличии институционально оформленных структурных подразделений в научных и учебных организациях, например: лаборатория социальной и экономической психологии Института психологии РАН, кафедра

социальной и экономической психологии Байкальского государственного университета экономики и права, учебно-научная лаборатория экономической психологии Санкт-Петербургского университета экономики и финансов и т. п. Ставшие традиционными совместные конференции экономистов и психологов в последние годы регулярно проводятся в Иркутске, Санкт-Петербурге и Саратове (Экономическая психология: Актуальные теоретические и прикладные проблемы..., 2009, 2012; Экономическая психология: Современные проблемы..., 2015; Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее, 2016; и др.). И, наконец, появление специализированных периодических научных изданий в ведущих вузах России («Психолого-экономические исследования», Саратов, ЦПЭИ СНЦ РАН; «Психология в экономике и управлении», Иркутск, БГУЭП, «Социальная и экономическая психология», ИП РАН, Москва). Таковы некоторые формально-организационные признаки, позволяющие оценить степень сформированности нового научного направления. Более существенными, на наш взгляд, являются содержательные свидетельства интенсивного развития экономической психологии в России XXI в. В последние годы XX в. и в начале XXI вышел в свет целый ряд индивидуальных и коллективных монографий, посвященных теоретическим проблемам и результатам эмпирических исследований в области экономической психологии (Бункина, Семенов, 1998; Журавлев, Купрейченко, 2003, 2007; Купрейченко, 2014; Журавлев, Позняков, 2012; Позняков, 2000, 2001; Попов, Хвесюк, 1999; Проблемы экономической психологии, 2004, 2005; Социальная психология экономического поведения, 1999; Хашченко, 2012; Экономическая психология..., 2000; Экономическая психология..., 2001; Экономическая психология..., 2007; и др.).

Экономическая психология как учебная дисциплина постепенно становится востребованной в профессиональной подготовке экономистов и психологов различных специальностей. В последние годы подготовлен целый ряд учебных программ и учебных пособий для экономических и психологических факультетов Российских вузов (см., например: Винокуров, Карнышев, 2007; Дейнека, 1999а; Карнышев, 2011; Купрейченко, 2002; Позняков, 1998, 2002, 2003; Психология..., 2000; Спасенников, 2008; Тугарева, 1998, 2000; и др.). Вместе с тем многими исследователями признается нерешенность целого ряда фундаментальных теоретических и методологических проблем, что естественно для периода интенсивного развития науки. Основной задачей данной главы является развернутое изложение авторских представлений о некоторых теоретических проблемах развития эконо-

номической психологии: ее предмете, месте в системе наук, основных понятиях и феноменах, методологических принципах, основных направлениях и перспективах эмпирических исследований. При этом специальное внимание будет уделено состоянию и перспективам развития экономической психологии с позиций теории психологических отношений человека.

Взаимосвязь экономических и психологических явлений и предмет экономической психологии

При анализе соотношения определений «экономика» («экономический») и «психология» («психологический») возможны два подхода. С одной стороны, эти термины имеют гносеологический смысл, производный от определения экономики и психологии как научных дисциплин. И в этом смысле в качестве оснований для построения экономической психологии можно рассматривать различные связи между двумя самостоятельными науками: экономикой и психологией. Именно такой подход характерен для ряда экономических теорий, привлекающих отдельные психологические категории и теории для анализа экономических явлений (например, субъективно-психологические теории в экономике У. С. Джевонса и Л. Вальраса), или для психологических теорий, активно использующих экономические понятия (например, теория обмена Дж. Хоманса, работы Э. Фромма). При этом использование понятий, заимствованных из другой научной области, проводится в рамках теоретических построений и схем исследования, характерных для базовой научной дисциплины.

С другой стороны, термин «экономика» и определение «экономический», также как и термин «психология» (а точнее — психика) и определение «психологический» имеют онтологический смысл и используются в первом случае для определения некоей объективной социальной реальности, сферы человеческого бытия, социальной жизнедеятельности, а во втором — для определения субъективной реальности, мира психических явлений, связанных с отражением объективной реальности и регуляцией поведения и взаимодействия субъектов. При этом взаимосвязи и взаимодействия между экономическими и психическими явлениями могут быть весьма разнообразными, что порождает целый ряд исследовательских проблем, которые выходят за рамки проблематики материнских дисциплин и могут быть отнесены к компетенции экономической психологии как самостоятельного научного направления.

В данном случае исходной для определения предмета, феноменологии и проблематики экономической психологии может выступать сфера экономической жизни. При этом экономику как сферу жизнедеятельности, а также отдельные экономические явления можно рассматривать в качестве объектов психологического исследования. Первое, с чем сталкиваются здесь исследователи, это многообразие явлений, определяемых в качестве экономических, их представленность на разных уровнях жизни общества.

В наиболее общем виде экономическая или хозяйственная жизнедеятельность определяется экономистами и социологами как система социальных процессов производства, обмена, распределения и потребления материальных и духовных благ, а также тех связей и отношений, в которые вступают субъекты хозяйственной деятельности (см., например: Самуэльсон, 1984; Смелзер, 1994; и др.). В качестве субъектов хозяйствования в экономике традиционно рассматриваются и отдельные индивиды, и малые группы (семья, фирма), и большие социальные общности (организация, этнос, государство). При этом экономическая жизнедеятельность рассматривается как относительно самостоятельная сфера человеческой, социальной жизнедеятельности. Неизбежным следствием такого подхода является абстрагирование экономической жизнедеятельности от других сфер жизнедеятельности, а экономического поведения и взаимодействия — от других его видов. Собственно социальные (не экономические) феномены рассматриваются либо как феномены, производные от экономических, зависимые от них, либо как факторы, влияющие на экономическое поведение и взаимодействие. Психологические, в том числе социально-психологические явления должны рассматриваться при таком подходе как выполняющие функции субъективного отражения экономических явлений и психологической регуляции экономического поведения и взаимодействия.

Но возможна и другая постановка проблемы, идущая от психологии, от изучения человеческой жизнедеятельности (не только экономической), традиционных для психологической науки проблем, явлений, от ее предмета. В этом случае вопрос ставится так: в какой степени и каким образом человеческая психика, поведение и взаимодействие между людьми определяются экономическими факторами? Как влияют экономические условия жизнедеятельности на формирование личностных особенностей, на характер взаимоотношений между людьми? При этом экономические явления выступают как внешние факторы, как среда, условия жизнедеятельности людей. В этом случае характер взаимосвязи экономических и психологических яв-

лений представляется как взаимосвязь между факторами, причинами и их следствиями. Правомерны оба подхода к изучению взаимосвязей экономических и психологических феноменов. Выбор одного из них будет зависеть от постановки конкретной исследовательской задачи, изучаем ли мы влияние экономических факторов на психические явления и поведение субъектов или нас интересует влияние социально-психологических факторов на экономическое поведение и экономические отношения. В любом случае экономическое поведение и экономическое взаимодействие субъектов разного уровня и масштаба включено в более общий процесс их социальной жизнедеятельности и социального взаимодействия. А это значит, что при анализе взаимосвязей и взаимного влияния экономических и психологических явлений нельзя ограничиваться только этими двумя классами явлений. Наряду с экономическими явлениями в систему экономико-психологического анализа должны включаться или, по крайней мере, учитываться другие социальные (неэкономические) факторы (этнокультурные, социально-демографические, политические и т. д.). Таким образом, характер взаимосвязи экономических и психологических явлений не ограничивается функциями психического отражения экономических явлений и регуляции экономического поведения и взаимодействия. Необходимо говорить также о взаимодействии и взаимном влиянии экономических и психологических феноменов, которое, в свою очередь, может определяться другими (неэкономическими) факторами.

Предметное поле и структура экономической психологии

Перечень объектов, тем и направлений исследований, относящих себя к экономической психологии, чрезвычайно обширен и разнообразен, что затрудняет попытки их систематизировать или хотя бы упорядочить. В этих условиях важной теоретической задачей является определение области исследований, относящихся к экономической психологии, уточнение ее места в системе психологических знаний и связи с другими дисциплинами. Не менее важной задачей является анализ, выделение и упорядочение основных направлений исследований и полученных результатов, без чего невозможен анализ состояния развития научной отрасли, развитие дальнейших исследований и подготовка специалистов. Построение системы экономической психологии можно проводить двумя путями: систематического анализа публикаций об уже проведенных исследованиях и теоретического анализа и построения системы научного знания по анало-

гии с другими комплексными и прикладными отраслями психологической науки, где такие работы уже проводились.

Мы исходим из того, что структурирование направлений и задач экономической психологии можно проводить по нескольким основаниям. В качестве таких оснований могут быть предложены следующие:

- сферы экономической жизнедеятельности (производство, обмен, распределение и потребление);
- масштаб исследуемых экономических явлений (имеется в виду их отнесенность к макро- или микроэкономическим явлениям);
- субъекты экономической активности (индивид, малые и большие общности людей);
- виды экономического поведения (производственное, потребительское, предпринимательское, сберегающее и т. д.);
- конкретные психологические и социально-психологические явления (социальные представления, психологические отношения, социальные установки и т. д.), выступающие предметом экономико-психологических исследований;
- задачи исследований и используемые методы (здесь можно выделить теоретические, эмпирические, в том числе экспериментальные и прикладные исследования).

Основаниями построения структуры экономической психологии и определения круга ее основных проблем может выступать выделение основных сфер экономической жизнедеятельности и соответствующих им видов экономического поведения индивидуальных и групповых субъектов: производственного, предпринимательского, потребительского, сберегающего и др. В таком случае в наиболее общем виде следует выделять: экономическую психологию макроуровня, в которой представлены исследования экономических субъектов такого масштаба, как государство, большие социальные группы и таких макроэкономических явлений, как экономическая политика, экономическое благосостояние страны и т. д. В центре внимания здесь оказывается сфера экономических отношений индивида и общества, социально-психологические характеристики представителей больших социально-экономических групп (предпринимателей, наемных работников, безработных и т. д.) и экономико-психологические характеристики больших социальных групп (этнических, демографических и т. д.). В качестве отдельных проблем исследования здесь могут выступать психологические механизмы экономического поведения граждан по отношению к экономической политике государства, психологические проблемы отношений собственности,

инфляции, безработицы, теневой экономики, коррупции, богатства и бедности и т. д.

На мезосоциальном уровне анализа в качестве экономических субъектов можно рассматривать отдельные предприятия и фирмы, население конкретных регионов с присущими им социально-психологическими особенностями. В качестве относительно самостоятельной здесь выделяется сфера бизнеса, где центральное место занимают исследования различных видов деловой активности субъектов наемного труда и предпринимательства.

Наконец, на микросоциальном уровне анализа субъектами экономической активности выступают отдельные индивиды и малые группы. Важным объектом эмпирических исследований на этом уровне являются семья и экономическое поведение индивидов и малых групп в быту. В центре внимания здесь оказываются проблемы потребительского и сберегающего поведения граждан, принятия решений в сфере семейного бюджета, а также проблема экономической социализации детей в семье. Относительно самостоятельное направление эмпирических исследований на этом уровне – изучение психологических закономерностей взаимодействия и взаимоотношений в экономической сфере жизнедеятельности, например: деловое партнерство в бизнесе, взаимодействие продавцов и покупателей в процессе купли-продажи и др.

Междисциплинарность экономической психологии и ее место в системе научного знания

Как уже отмечалось выше, в анализе соотношения определений «экономика» («экономический») и «психология» («психологический») возможны два подхода: онтологический, при котором соотносятся две сферы явлений реального мира: объективных, экономических и субъективных, психических. С другой стороны, эти термины имеют гносеологический смысл, производный от определения экономики и психологии как научных дисциплин. И в этом смысле в качестве оснований для построения экономической психологии можно рассматривать различные связи между двумя самостоятельными науками – экономикой и психологией. При этом использование понятий, заимствованных из другой научной области, проводится в рамках теоретических построений и схем исследования, характерных для базовой научной дисциплины. Формирование и развитие экономической психологии на стыке двух «материнских» дисциплин, интенсивная разработка экономико-психологических проблем как психолога-

ми, так и экономистами позволяет рассмотреть различные варианты представлений о месте экономической психологии в системе научного знания и о ее связях с базовыми дисциплинами.

В рамках интрадисциплинарных подходов (рисунок 1) экономическую психологию можно определять как отрасль экономической или психологической науки. Если принять в качестве исходного положение о том, что экономическая психология — это отрасль психологической науки, то уточнение феноменологии, подлежащей изучению, ее предмета и методов должно проходить как конкретизация данных признаков психологической науки. В таком случае предметное поле экономической психологии должно включать в себя систему психологических явлений, так или иначе связанных с явлениями экономическими. При этом в соответствии с современными представлениями об основных функциях психики логично представить основные проблемы экономической психологии как проблемы субъективного отражения экономических явлений, психологической регуляции экономического поведения и взаимодействия субъектов или более широко — психических феноменов экономической активности субъектов. В этом случае предмет экономической психологии можно было бы определить как психические явления, характеризующие индивида и группу в качестве субъектов экономической активности — экономического сознания, экономического поведения и взаимодействия.



Рис. 1. Варианты определения места экономической психологии: («границы» с экономикой и психологией). Интрадисциплинарный подход

В рамках интердисциплинарного подхода (рисунок 2) место экономической психологии определяется на пересечении материнских дисциплин в качестве междисциплинарной отрасли знания. При этом предполагается, что теоретические и эмпирические исследования в области экономической психологии могут проводиться как в рамках экономической, так и в рамках психологической науки. В качестве примера теоретико-эмпирических исследований экономико-психо-

логических проблем, выполняемых экономистами, можно отметить исследования экономистов саратовского и санкт-петербургского университетов (Неверов, 2008; Экономическая психология: вопросы теории и практики..., 2001; и др.). Развитие экономической психологии порождает острую потребность во взаимодействии психологии и экономики, необходимом для более успешного использования психологической теории и методов в различных сферах экономической жизни. На теоретическом уровне это взаимодействие связано с проведением лабораторных и полевых эмпирических исследований для изучения закономерностей экономического поведения. На практическом уровне взаимодействие экономики и психологии связано с активным становлением практической экономической психологии как сферы деятельности психологов, связанной с оказанием помощи при решении психологических 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 социальных психологов. Наконец, еще одно перспективное направление взаимосвязи психологии и экономики связано с психологическим образованием и психологической подготовкой специалистов, работающих в сфере экономики.



Рис. 2. Варианты определения места экономической психологии: («границы» с экономикой и психологией). Интердисциплинарный подход

Перспективы развития экономической психологии связаны с исследованием таких проблем, как социально-психологическая адаптация различных социальных групп к новым экономическим условиям, 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), этно-

культурные и региональные особенности экономического сознания и поведения различных групп российского населения.

Специального внимания заслуживает анализ взаимосвязей экономической психологии и социальной психологии. Экономическая психология может рассматриваться в качестве прикладного раздела социальной психологии по аналогии с социальной психологией управления или педагогической социальной психологией.

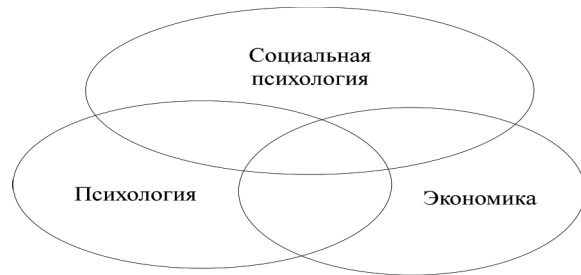


Рис. 3. Варианты определения места экономической психологии: («границы» с экономикой и социальной психологией)

Решение теоретического вопроса о характере связей между экономической и социальной психологией во многом зависит от более общих представлений о предмете социальной психологии и ее месте в системе психологического знания. В соответствии с разделяемыми автором теоретическими представлениями экономические связи и отношения — один из видов социальных связей и отношений, а экономическое поведение и взаимодействие — один из видов социального поведения и взаимодействия. В связи с этим основания для определения предмета, объектов, структуры и содержания основных задач экономической психологии нужно искать, прежде всего, в системе социально-психологического знания. Неизбежно встает и вопрос о связи экономической психологии не только с психологической наукой, но и с социологией (прежде всего, с экономической социологией), возникает вопрос об определении специфического круга объектов и явлений, исследуемых экономической психологией, т. е. о ее предмете, и вопрос о методах исследования.

Однако в этом случае более корректно будет использовать термин «социально-экономическая психология» по аналогии с уже традиционно используемыми терминами «социальная психология управления», «социально-политическая психология» и т. д. Такое уточнение обусловлено тем, что некоторые направления исследований эконо-

мического поведения (например, исследования процессов принятия экономических решений в самых различных условиях, исследование суждений экономического содержания и т. п.) не имеют столь четкой привязки к социально-психологической проблематике.

Высказанные теоретические положения позволяют сформулировать авторские представления о предмете экономической психологии. Экономическая психология — комплексная прикладная отрасль психологической науки. Предметом экономической психологии являются психологические закономерности экономического поведения и взаимодействия индивидуальных и групповых субъектов, взаимосвязь и взаимное влияние экономических и психологических явлений. Социально-психологический анализ экономических явлений может проводиться на разных уровнях социальной жизнедеятельности, субъектами которой могут выступать индивиды, малые и большие группы.

Рассматривая развитие экономической психологии в контексте современной психологической науки, А. Л. Журавлев отмечает выраженный междисциплинарный характер исследований в этой отрасли знания (Журавлев, 2004а). Междисциплинарный характер исследований в экономической психологии проявляется на разных уровнях. Во-первых, в наиболее общем виде междисциплинарность проявляется на внешнепсихологическом уровне, т. е. собственно на границах психологической и непсихологических наук. В качестве наиболее ярких примеров автор отмечает исследования, проводимые на границах экономической психологии и этики (Андерсон, Шихирев, 1994; Журавлев, Купрейченко, 2003; Современные проблемы..., 2001; Шихирев, 2001). В последние годы активно проводятся исследования на стыке экономической психологии и нейронаук (Ключарев и др., 2011). Во-вторых, в настоящее время характерными проявлениями ее междисциплинарности становятся более частные и конкретные формы интеграции экономической психологии на внутриспсихологическом уровне, т. е. с другими многочисленными отраслями психологии. На границах с этнической психологией за короткий период сформировалась и интенсивно развивается экономическая этнопсихология (Винокуров, Карнышев, 2007; Карнышев, Одинец, 2004; Захарова, 2011; Психолого-экономические и этнокультурные ресурсы..., 2014; Ценности культуры..., 2011; Экономическая психология в России и Беларуси, 2007; Татарко, 2012; и др.).

На границах экономической психологии с психологией управления сформировалось новое научное направление исследований, которое можно обозначить как психолого-экономические проблемы

управленческой деятельности (Психолого-экономические аспекты..., 2003; Сивашенко, 2003, Современные проблемы психологии управления, 2002, Хашенко, 2016; и др.).

На стыке с возрастной и педагогической психологией активно разрабатываются проблемы экономической социализации детей и подростков, экономического обучения и образования детей и взрослых (Абрекова, 2006; Амирян, 2003; Вяткин, 2010; Дробышева, 2013; Осипенко, 2005; Цветков, Жилина, 2004; и др.). Интересные исследования проводятся на стыке экономической психологии и психологии труда (Балухто, 2006; Муконина, 2002; и др.), политической психологии (Дейнека, 1999б). Исследования психологии потребительского поведения и тесно связанные с ними исследования в области психологии рекламы и маркетинга являются традиционными для экономической психологии. В отечественной психологии еще в советский период в качестве самостоятельного направления сформировалась социальная психология торговли (Линчевский, 1981). Активно проводятся психологические исследования потребительского поведения и рекламы (Гордякова, 2003; Лебедев, Боковиков, 1995; Посыпанова, 2004; Лебедев-Любимов, 2002; и др.), в качестве самостоятельного научного направления формируется психология рекламной коммуникации (Лебедев, Гордякова, 2015). Интересные исследования выполнены Е. В. Шороховой на стыке экономической и исторической психологии (Шорохова, 1999а, б). На стыке экономической и юридической психологии в самые последние годы активно ведутся социально-психологические исследования коррупции (Социально-психологические исследования..., 2017). Есть все основания ожидать появления новых научных направлений на стыке экономической психологии с другими ее отраслями. Перечисленные и другие примеры позволяют сделать вывод о том, что интенсивное развитие междисциплинарных исследований в современной экономической психологии способствует формированию новых научных направлений и дифференциации этой отрасли знания.

Некоторые направления исследований в современной экономической психологии

Анализ выполненных в последние годы теоретико-эмпирических исследований позволяет утверждать, что развитие экономической психологии идет по двум основным направлениям. Первое ориентировано на изучение психологического содержания таких фундаментальных экономических феноменов, как деньги, собственность, труд.

Второе в большей степени ориентировано на исследование феноменов, традиционно выступающих предметом социально-психологических исследований, но с акцентом на их экономическое наполнение.

Значительная часть исследований, относимых в настоящее время к области экономической психологии, изначально развивались в русле организационной психологии или психологии управления. Это в первую очередь многочисленные исследования, связанные с изучением влияния «человеческого фактора» или «человеческих отношений» на экономическую эффективность функционирования организаций. Ведущие представители этого направления, разрабатывающие психологические аспекты экономики как в России (Китов, 1987; Попов, 1989), так и в других странах (Albou, 1984; Antonides, 1991; Leibenstein, 1987; Reynald, 1981), включают психологические исследования деятельности организаций в область экономической психологии.

В качестве относительно самостоятельных направлений в экономической психологии традиционно выделяются эмпирические исследования отношения различных социальных групп к деньгам и особенности «денежного поведения» (Ямаучи и Темплер, 1982; Фенэм, 1995; Дейнека, 2002, 2004; Короткина, 2004; Фенько, 2000, 2004; Семенов, 2004; и др.). Активно проводятся исследования социально-психологических проблем российского предпринимательства (Вавакина, 2011; Журавлев, Позняков, 1995, 2012; Корж, 2006; Купрейченко, 2001; Марченко, 1996; Психология предпринимательской деятельности, 1995; Социально-психологические исследования..., 1999; Позняков, 2001, 2002, 2007б, 2010, 2014; Рошин, 1993, 1995; Титова, 2007; Филинкова, 2001, 2007; Никуло, 2013; Позняков, Титова, 2005; Чиликин, 2005; Чирикова, 1998; и др.). В условиях рыночной экономики, когда человеческий труд все чаще рассматривается и оценивается как один из ресурсов, приносящих прибыль предприятию и один из товаров на рынке труда, все более актуальными становятся исследования психологических проблем занятости и безработицы (Демин, 2004; Цветков, 2004; и др.). Исследуются субъективные возможности материального самообеспечения личности в изменяющихся социально-экономических условиях (Китова, 2003, 2005). Большое внимание исследователей привлекают психологические проблемы экономико-психологической адаптации российского населения к рынку, богатства и бедности (Дейнека, 1999б), экономической депривации (Муздыбаев, 1997). Активно исследуются экономико-психологические аспекты качества жизни (Зараковский, 2004; Хашенко, Баранова, 2004; Головина, Савченко, 2004; и др.) и субъективного экономического благополучия (Хашенко, 2011). В качестве относительно само-

стоятельных направлений теоретико-эмпирических исследований выделяются изучение экономических ценностей в индивидуальном и групповом сознании (Журавлева, 1999, 2006, 2013; Фоломеева, 2005; Хашенко, Шибанова, 2005; и др.) и экономического самоопределения личности (Журавлев, Купрейченко, 2007; и др.). В последние годы исследователи обращаются к изучению психологических особенностей делового взаимодействия в совместной экономической деятельности (Позняков, Вавакина, 2009, 2016; Позняков, Титова, 2005; и др.). В качестве перспективной тенденции развития экономической психологии можно отметить возможности изучения новых проблем и феноменов на стыке или «пересечении» традиционных направлений исследований экономико-психологических и социально-психологических феноменов, которые ранее не изучались в комплексе. Помимо уже названных нами этнокультурных и региональных особенностей экономического сознания и поведения, к их числу можно отнести психологические исследования семьи как субъекта экономического поведения (Левкович, 2004; Мурзина, Позняков, 2017; и др.), исследования гендерных особенностей экономического сознания и поведения (Турецкая, Хашенко, 1999; Титова, 2007; Фенько, 2004; Чирикова, Кричевская, 1996; и др.).



Рис. 4. Разделы экономической психологии

Методологические принципы экономической психологии конкретизируют принципы научной психологии применительно к особенностям ее предмета:

- принцип культурно-исторической обусловленности экономической жизнедеятельности означает, что законы экономического поведения не являются абсолютно универсальными, внеисторическими; психологические особенности экономического поведения носят культурно обусловленный характер и определяются особенностями исторического развития общности; эмпирическими основаниями этого принципа выступают, с одной стороны, результаты многочисленных кросс-культурных исследований организационного, потребительского, финансового и других видов экономического поведения, а с другой — исследования динамики социально-психологических явлений в условиях радикальных социально-экономических изменений;
- принцип субъектности означает, что человек выступает не пассивным объектом экономических воздействий и влияний экономических условий, но активным субъектом, реализующим различные виды экономического поведения, вступающим в экономическое взаимодействие и экономические отношения с другими экономическими субъектами (индивидуальными и групповыми); основными признаками субъектности являются: активность, сознательность действия, целостность и избирательность;
- принцип диалектического единства (а не тождества) сознания и поведения экономических субъектов предполагает возможность не только сходства, согласованности, но и различий, противоречий между экономическим поведением субъекта и его сознанием;
- принцип взаимной связи и взаимного влияния экономических и социально-психологических явлений предполагает наличие взаимодействия экономических и социально-психологических факторов в детерминации психологических явлений, связанных с отражением различных сторон экономической жизни и регуляцией экономического поведения субъектов;
- принцип единства теории, эксперимента (эмпирического исследования) и практики применительно к экономической психологии означает тесную связь развития теории экономической психологии как с проведением эмпирических, в том числе экспериментальных исследований, так и с практической психологической деятельностью в разных сферах экономической жизни; он также предполагает обращение психологов-практиков к теории и методам научной психологии, а также постановку задач эмпирических исследований, исходя из запросов и проблем социально-экономической жизни общества.

В качестве методов исследования в экономической психологии можно выделить два основных: лабораторные эксперименты (различные экономические игры) и полевые исследования, проводимые в естественных условиях. В прикладной области экономической психологии также существуют два главных направления: консультирование фирм и отдельных клиентов по конкретным проблемам и обучение и подготовка руководителей и специалистов в области экономической психологии. В качестве самостоятельного направления прикладной психологии активно формируется психология бизнеса, в рамках которой практические психологи отрабатывают методы и технологии прикладной экономической психологии.

Наиболее полное отражение современного состояния исследований в области экономической психологии представлено в коллективной монографии «Проблемы экономической психологии» (т. 1–2), выпущенной в свет издательством «Институт психологии РАН» в 2004–2005 гг. Содержательный анализ статей, представленных в этих монографиях, позволяет конкретизировать представления о структуре этой области знания и основных направлениях исследований. Во-первых, речь идет о конкретизации предметного поля экономической психологии, которое достаточно четко определяется совокупностью явлений экономического поведения и экономического сознания. Во-вторых, можно говорить о формировании базовых направлений эмпирических исследований экономической психологии, к числу которых можно отнести психологические исследования отношений собственности, денежного обращения, труда и занятости (в том числе безработицы), экономической социализации и адаптации, качества жизни. Анализируя процесс развития экономической психологии в современной России, следует отметить, что он происходит по разным основаниям и в разных направлениях. С одной стороны, расширяется и углубляется тематика исследований психологических аспектов таких фундаментальных и традиционных сфер экономической жизни, как реклама, предпринимательство. С другой — формируются новые направления исследований, складывающиеся, как правило, на стыке экономической психологии с другими отраслями психологической науки. К их числу можно отнести, прежде всего, исследования проблем нравственно-психологической регуляции экономической активности, исследования этнопсихологических и гендерных особенностей экономического сознания и поведения, изучение экономико-психологических проблем самосознания и самоопределения личности и др. В целом можно сказать,

что исследования экономико-психологических явлений позволяют внести серьезный научный вклад в разработку фундаментальных научных проблем не только экономической психологии, но и психологической науки в целом.

В качестве существенных особенностей первого этапа становления и развития экономической психологии (конца XX—начала XXI в.) А.Л. Журавлев называет: историческую преемственность различных этапов зарождения, становления и развития отечественной экономической психологии, тенденцию в развитии относительно самостоятельного двойного статуса экономической психологии в экономической и психологической науках, некоторую мозаичность в уже сложившейся структуре современной экономической психологии и в продолжающихся формироваться новых направлениях научных исследований, высокую степень зависимости развития экономической психологии от практических потребностей современного общества, от ее общественной востребованности (Журавлев, 2004). В качестве фундаментальной научной проблемы, которую призваны решать экономические психологи, автор определяет соотношение экономического и психологического. Одним из важных и перспективных достижений отечественной экономической психологии стала, по мнению автора, «фундаментальная идея о неразрывности связей экономического сознания человека и его экономического поведения. Идея неразрывности их связей в отечественной психологии формулируется следующим образом: экономическое сознание, формируясь в экономическом поведении, в свою очередь становится важнейшим регулятором, определяющим (детерминирующим) экономическое поведение» (Журавлев, 2004, с. 23–24).

«На роль главного психологического феномена экономического сознания в отечественной экономической психологии в первую очередь претендует феномен отношения к экономическим объектам, включающий когнитивный, эмоциональный и мотивационный (побудительный) компоненты. Среди основных компонентов наибольшая нагрузка в выражении отношения приходится на его эмоционально-оценочный компонент. Именно это, по нашему мнению, позволило избежать в отечественной экономической психологии чрезмерного увлечения когнитивизмом, рациональностью и т. д., т. е. тем, что более характерно для многих зарубежных концепций социальных (экономических) представлений и когнитивистских теорий. Через феномен отношения одновременно выражается и когнитивное, и эмоциональное в экономическом сознании» (там же, с. 24).

Психологические отношения субъектов экономической деятельности и их деловая активность

При всех существующих различиях в подходах к определению предмета и задач экономической психологии одним из наиболее общих является положение о том, что именно она призвана интегрировать теоретические подходы, понятия и методы исследования, накопленные в экономике и психологии, для изучения взаимосвязей экономических и социально-психологических явлений. Чрезвычайно полезным для такого анализа представляется использование понятия «отношение», которое является базовым как в экономической науке, так и в психологической. Применительно к формулируемой нами проблеме взаимодействия экономических и социально-психологических явлений понятие «отношение» позволяет провести анализ взаимосвязей экономических отношений (в сфере производства, обмена, распределения и потребления) как центральных характеристик экономической сферы жизнедеятельности и психологических отношений как важнейших характеристик социальной психологии субъектов этой жизнедеятельности. При этом использование понятия «психологические отношения» представляется весьма конструктивным и адекватным для сравнительного анализа социально-психологических явлений на индивидуальном и групповом уровнях жизнедеятельности экономических субъектов.

Опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований, выполненных нашими коллегами, и изложенные выше собственные теоретические представления, мы предполагаем, что исследование психологических отношений представителей различных социальных групп и трудовых коллективов в условиях изменения форм собственности может раскрыть существенные особенности взаимодействия экономических и социально-психологических феноменов. При этом изменение производственно-экономических отношений, в первую очередь, отношений собственности на средства производства может рассматриваться в качестве важного фактора, определяющего динамику психологических отношений личности, внутригрупповых и межгрупповых отношений. Сами же психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов экономической деятельности, выступая факторами регуляции экономического поведения, могут оказывать существенное влияние на ход экономических изменений, в частности, на процессы социально-экономической стратификации, связанные с формированием новых социальных групп.

Изложение концептуального подхода к исследованию данной темы предполагает уточнение содержания основных понятий. Под экономической деятельностью понимается деятельность по производству товаров и услуг, основанная на распоряжении ресурсами (материальными, финансовыми, трудовыми) и направленная на получение дохода (прибыли). По своему содержанию это понятие несколько уже понятия «экономическое поведение», которое характеризует более широкий круг проявлений активности субъектов, связанной с распоряжением ограниченными ресурсами и включенной в экономические отношения не только производства, обмена и распределения, но также сбережения и потребления. Основное отличие понятия «экономическая деятельность» от понятия «трудовая деятельность» состоит в том, что активность субъекта рассматривается в первом случае преимущественно в ее экономическом аспекте как соотношение затрат и результатов в условиях обмена деятельностью, тогда как понятия «трудовая деятельность», «профессиональная деятельность» характеризуют, в первую очередь, процесс преобразования субъектом труда его объекта, производство определенных продуктов и реализацию конкретных профессиональных функций. В условиях рыночной экономики основными видами экономической деятельности являются: наемный труд, индивидуальное и коллективное хозяйство и предпринимательство, т. е. различия в видах экономической деятельности прямо связаны с различиями в формах собственности на средства производства. Форма собственности на средства производства (предметов и средств труда) — исторически сложившаяся систем отношений собственности на предметы и средства труда. Основными формами собственности на средства производства являются: государственная, коллективная (или кооперативная) и частная.

В условиях изменения форм собственности индивиды и группы выступают не пассивными объектами происходящих изменений, а активными субъектами. С одной стороны, активность субъектов проявляется в их избирательных, осознаваемых психологических отношениях к этим изменениям, а с другой — в их экономическом поведении, связанном с выбором форм собственности и видов экономической деятельности, в направленности и уровне деловой активности. Эмпирические данные, полученные на выборках, представляющих различные социальные группы, позволяют выделить социально-психологические типы субъектов, различающихся по психологическим отношениям к новым формам собственности, видам экономической деятельности и по реальному экономическому поведению, связанному с их выбором. К таким типам субъектов относятся

следующие: «традиционный», «пассивно выжидающий», «пассивно приспособливающийся», «условно активный», «вынужденно активный» и «активно реализующийся».

Понятие «деловая активность» играет центральную роль в концептуальной схеме психологического анализа экономической деятельности и ее субъекта. Во-первых, оно подчеркивает внутреннюю психологическую природу активности субъекта, которая является по своему характеру избирательной, связанной, прежде всего, с выбором организационно-экономических условий деятельности (формы собственности и организации труда, вида экономической деятельности). Психологическую основу активности составляют цели и мотивы, социальные установки, ожидания и намерения, а также другие компоненты мотивационной сферы субъекта, регулирующие его экономическую деятельность. Во-вторых, понятие деловой активности предполагает и позволяет выполнить не только качественный, но и количественный анализ экономической деятельности субъекта, связанный с оценкой уровня и динамики (повышения или понижения) деловой активности. Направленность деловой активности проявляется в выборе организационно-экономических условий деятельности (формы собственности и организации экономической деятельности). Уровень деловой активности характеризует интенсивность экономической деятельности, совокупность энергетических и ресурсных затрат, связанных с ее осуществлением. Субъектами экономической деятельности выступают не только отдельные индивиды, но и социальные группы, связанные экономическими отношениями производства, обмена и распределения.

Введение категории субъекта экономической деятельности (или экономического субъекта) является принципиально важным для анализа проблемы взаимосвязи и взаимодействия экономических и социально-психологических феноменов. Она позволяет преодолеть существующий в исследованиях разрыв и противопоставление сферы экономических явлений, рассматриваемых абстрактно и обезличенно, сферы психологических явлений (в том числе сознания), рассматриваемых изолированно, вне связи с экономической активностью субъекта, а также объединить подходы экономической и психологической наук в исследовании сознания и поведения экономических субъектов.

В понимании предмета исследования — психологических отношений субъектов экономической деятельности — мы опираемся на теоретические представления о сущности психологических отношений, об их структуре, функциях и видах, развиваемые в работах В. Н. Мясищева, Б. Ф. Ломова, Е. В. Шороховой и др. В соответствии с этими

представлениями психологические отношения определяются как совокупность избирательных, осознаваемых, эмоционально насыщенных и субъективно-оценочных связей субъектов — индивидов и социальных групп — с социально-экономическими условиями и друг с другом. Субъектами психологических отношений могут выступать как личность, так и социальная группа (индивидуальный или групповой экономические субъекты), в зависимости от этого выделяются следующие основные виды психологических отношений: отношения личности, межличностные и межгрупповые отношения. Объектами отношений выступают внешние условия экономической деятельности, представители различных социальных групп, с которыми они связаны партнерскими или иными формами взаимодействия, характеристики самой экономической деятельности и ее субъектов. В структуре психологических отношений субъектов экономической деятельности обычно выделяют эмоциональную, когнитивную и конативную стороны. Когнитивная (рациональная) сторона отношений связана с осознанием и рациональной оценкой субъектом различных сторон его экономической деятельности, результатом которой является совокупность представлений и знаний в этой области. Эмоциональная (оценочная) сторона отношений представлена в сознании субъекта как совокупность субъективных, эмоционально окрашенных мнений и оценок различных сторон экономической деятельности. Ценностная сторона отношений связана с оценкой объектов отношений, критериями которой являются ценности и нормы, усвоенные субъектом. Частным случаем ценностного отношения является нравственно-оценочное отношение. Поведенческая сторона отношений представлена в сознании субъекта в виде осознаваемых мотивов и целей его экономической деятельности, в месте, которое занимает работа и связанные с ней жизненные ценности в структуре ценностных ориентаций субъекта, намерений и готовности субъекта к осуществлению тех или иных действий. При таком понимании содержание когнитивных компонентов психологических отношений близко к феномену социальных представлений, а содержание конативных — к феномену социальных установок. Различия в использовании вышеуказанных терминов связаны с тем, какой именно аспект сознания субъекта рассматривается как центральный. Основными функциями психологических отношений являются субъективное отражение свойств объектов отношений и их взаимосвязей с субъектом и регуляция социального поведения и взаимодействия субъектов.

В дальнейшем для краткости в качестве наиболее общего определения совокупности перечисленных отношений, составляющих

предмет нашего исследования, будет использоваться термин «психологические отношения к экономической деятельности». Все перечисленные виды отношений были включены в программу исследования в качестве основных направлений анализа, а конкретные параметры и показатели эмпирического исследования прошли предварительную отработку на ранних этапах ее реализации.

В рамках предлагаемого концептуального подхода выделенные нами группы факторов связаны отношениями взаимной обусловленности.

В ходе экономической реформы, связанной с переходом к рыночным отношениям в экономике, появлением новых форм собственности, происходят радикальные изменения социально-экономических условий активности экономических субъектов. Эти изменения, складывающиеся во многом независимо от выбора субъектов экономической деятельности, объективно ставят их в ситуацию выбора формы собственности и экономической деятельности и одновременно формируют определенные психологические отношения к происходящим изменениям. При этом характер психологических отношений и реального экономического поведения субъектов, будучи тесно взаимосвязаны, могут не совпадать между собой. Это означает, что экономическое поведение, связанное с выбором формы собственности, содержание и уровень их деловой активности неоднозначно определяется экономическими факторами, но имеет место их преломление (трансформация) со стороны психологических характеристик субъектов экономической деятельности. Неоднозначной является и связь между заявляемыми психологическими отношениями и реальным экономическим поведением, связанным с выбором форм собственности. И здесь возникает предположение о том, что выбор субъектом формы собственности, экономической деятельности и конкретных условий, сопутствующих ее реализации (степени риска, напряженности конкурентных отношений и т. д.), в значительной степени определяются социально-психологическими особенностями субъектов экономической деятельности. Таким образом, в центре внимания нашего исследования находится анализ взаимодействия и взаимного влияния экономических и социально-психологических феноменов, обуславливающих динамику личностных, внутригрупповых и межгрупповых социально-психологических отношений субъектов экономической деятельности в условиях изменения форм собственности.

Схематически основные элементы нашего концептуального подхода и связи между ними могут быть представлены следующим образом. Экономические отношения (в первую очередь отношения собствен-

ности на средства производства) складываются в ходе экономической реформы во многом независимо от желаний и отношений субъектов экономической деятельности. Как объективные экономические факторы они оказывают влияние, с одной стороны, на социально-психологические феномены (отношения субъектов к различным сторонам их деятельности и происходящим изменениям, межличностные и межгрупповые отношения в трудовых коллективах и общностях), с другой – на реальное экономическое поведение субъектов экономической деятельности, определяя уровень и направленность их деловой активности и ее результаты. Однако это лишь одно из направленных взаимосвязи между исследуемыми феноменами. В свою очередь, психологические отношения и экономическая деятельность субъектов связаны взаимной обусловленностью и взаимным влиянием. С одной стороны, психологические отношения субъектов влияют на их экономическую деятельность, с другой – сами определяются экономической деятельностью и ее результатами. Наконец, косвенным результатом деловой активности субъектов является выбор формы собственности, т. е. тех объективных экономических условий, в которых осуществляется их деятельность и того социально-экономического статуса, который в значительной степени является следствием этого выбора и результатом деловой активности субъекта. Таким образом, можно говорить не только о влиянии экономических условий и факторов на социально-психологические феномены, но и об обратном влиянии социально-психологических феноменов на происходящие экономические изменения (см. рисунок 5).

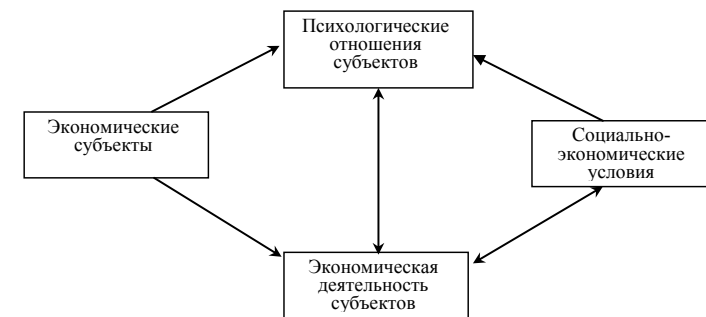


Рис. 5. Психологические отношения субъектов экономической деятельности (концептуальная схема)

Предложенный концептуальный подход был положен в основу серии эмпирических исследований, объектами которых выступали пред-

ставители различных социальных групп современного российского общества, различающихся по видам экономической деятельности и формам собственности, преобладающим на тех предприятиях (организациях), где они работали: наемные работники государственных предприятий и организаций, работники предприятий с негосударственной (коллективной) формой собственности (АО, кооперативов) и предприниматели сферы малого и среднего бизнеса.

Исходя из логики развиваемого подхода к исследованию психологических отношений субъектов экономической деятельности в условиях изменения форм собственности, две последующие главы данного раздела посвятим теоретическому анализу психологических проблем отношений собственности и предпринимательства как вида экономической деятельности. В последующих разделах будут представлены результаты эмпирических исследований этих проблем.

Глава 5

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ

Введение. Категория собственности в социальных науках

«Собственность» является междисциплинарным научным понятием и имеет два основных значения. Во-первых, собственность — это имущество, которое кому-то принадлежит, и отношение человека к вещи, имуществу. Во-вторых, собственность — это отношения между людьми, группами по поводу присвоения и владения вещами, имуществом, средствами производства.

В философии собственность определяется как «исторически определенный способ присвоения людьми предметов производственного и непроизводственного потребления. Собственность всегда связана с вещью (объектом присвоения), но она не сама вещь, а отношение между людьми по поводу вещи» (Философский энциклопедический словарь, 1983, с. 619). Отношения собственности лежат в основе всех других видов экономических отношений (производственных, распределения, обмена, потребления). Собственность является условием производства товаров и услуг, выполняет функцию общественного способа присвоения вещей; представляет собой общественный способ соединения работника со средствами производства (Китов, 2004).

В экономической науке собственность определяется как «принадлежность вещей, материальных и духовных ценностей определенным лицам, юридическое право на такую принадлежность и экономические отношения между людьми по поводу принадлежности, раздела, передела объектов собственности» (Современный экономический словарь, 2001, с. 367), т. е. в экономическом определении собственности подчеркивается тот аспект, который определяется отношением человека к вещи, фактом принадлежности вещи человеку, а уже затем говорится об отношениях между людьми по поводу этой принадлежности.

В юридической науке понятие собственность определяется как принадлежность средств и продуктов производства определенным лицам — индивидам или коллективам — в определенных исторических условиях, отражающих конкретный тип отношений собственности. Право собственности субъектов на определенное имущество сводится к трем правомочиям: владению, пользованию и распоряжению» (Юридический энциклопедический словарь, 2001, с. 369). В данном определении конкретизируются правомочия субъекта собственности к совершению экономически значимых операций с ее объектами.

Отношения собственности определяются через функции владения (принадлежность, наличие у субъекта собственности имущества, материальных благ, средств производства), пользования (юридически гарантированная возможность производительного и личного потребления средств производства и предметов потребления) и распоряжения (возможность совершения имущественных действий со средствами производства и предметами потребления — продажи, покупки, дарения, потребления и т. д.).

В социологии собственность рассматривается как один из важнейших социальных институтов, а форма собственности как исторически сложившаяся общественная форма присвоения материальных благ. Форма собственности на средства производства (предметы и средства труда) — исторически сложившаяся система отношений собственности на предметы и средства труда. Основными формами собственности на средства производства являются: общественная, при которой субъектом собственности выступает государство, коллективная (или кооперативная), субъектом которой выступает группа трудящихся, и частная, при которой субъектами собственности выступают отдельные частные лица (Краткий словарь по социологии, 1989).

Проблема отношений собственности в экономической психологии

В психологической научной литературе к категории собственности обращались такие видные ученые, как В. Джеймс, Э. Фромм, Л. И. Петражицкий, Е. И. Шорохова и др. В работах этих и других авторов подчеркивались субъективные, психологические аспекты отношений собственности. Так, по определению В. Джеймса, «личность в наиболее общем смысле есть общий итог того, что человек может назвать своим, т. е. не только собственное дело и собственные пси-

хические силы, но и принадлежащие ему — платье и дом, жену и детей, предков и друзей, свою добрую славу и творческие произведения, поземельную собственность и лошадей, яхту и текущий счет» (Джеймс, 1902, с. 135).

По мнению Л. И. Петражицкого, собственность есть психическое эмоционально-интеллектуальное явление, которое существует единственно в психике того, кто приписывает себе и другому право собственности. И тот, кто приписывает себе право собственности на данное имение или иной предмет, тот считает других обязанными терпеть любое (какое ему заблагорассудится) хозяйничанье, обращение с вещью и воздержание от вмешательства (не «вступаться»), причем, переживая эти психические акты с атрибутивной силой: любое и исключительное (свободное от вмешательства других) хозяйничанье ему причитается, и этому должны подчиняться другие (Петражицкий, 1909).

Проблема отношений собственности в психологической науке, в частности в социальной психологии, является одной из центральных, так как позволяет проследить характер взаимосвязи и взаимного влияния объективных социально-экономических связей, какими являются в значительной степени отношения собственности и субъективных психологических явлений, в которых отражаются объективные экономические связи и которые выступают психическими регуляторами экономического поведения, взаимодействия и взаимоотношений между людьми как субъектами собственности.

Один из ведущих российских специалистов в области экономической психологии, А. И. Китов предлагает рассматривать отношения собственности как систему, элементами которой выступают люди (субъекты) и вещи (объекты), связанные между собой отношениями собственности. Отношение (связь) между человеком и его вещью автор определяет как отношение принадлежности. Вместе с тем выделяется целый ряд отношений, складывающихся между людьми (как собственниками, так и людьми, причастными каким-либо образом к чужой собственности). Именно этот класс отношений — отношений между субъектами представляет особый интерес для социальной и экономической психологии. В качестве существенного экономико-психологического явления, характеризующего психическое отражение человеком процесса и результата отношений собственности, автор рассматривает «чувство собственности», в котором выделяет когнитивное, эмоциональное и волевое слагаемые (Китов, 2004).

В качестве основного и наиболее «легитимного» вида присвоения собственности А. И. Китов выделяет труд, результаты которого

достаются самому работнику. Именно гарантия на обладание всем, что человек произвел своим трудом или накопил благодаря своей бережливости, выступает, по мнению автора, основополагающим принципом отношений собственности и гарантией экономического процветания общества. Вместе с тем автор дает психологическую характеристику и ряду других видов присвоения собственности, таких как предпринимательство, иждивенчество, наследование, находка, выигрыш, одалживание, мошенничество, вымогательство, хищение, браконьерство.

Основными процессами движения вещей в системе отношений собственности, по А. И. Китову, являются сохранение, накопление, распределение, обмен, обобществление и приватизация. Так же, как и многие виды присвоения собственности, процессы ее движения еще ждут своего тщательного психологического анализа.

То, что собственность и личность зачастую неразделимы, подтверждает и этимологический анализ первого понятия, проведенный А. Д. Карнышевым (2004). Слово «собственность» происходит от старославянского «собство» в значении «особенность, лицо». По смыслу это слово близко термину «особа», который в старину характеризовал, прежде всего, авторитетного, почтенного человека: важная особа, известная особа. Оно образовано на базе общеславянской предложно-падежной формы «о себе» — «для себя», а в древнерусском языке эта же форма означала «отдельно, сам собой». Таким образом, слово «собственность» и по своему происхождению, и по значению близко к понятию личности как отдельного, самостоятельного человека, существующего «в себе и для себя».

По мнению А. Д. Карнышева, тому, что собственность является как бы продолжением личности во внешнем мире, есть много различных подтверждений. Наличие собственности на нейтральной или даже чужой территории, т. е. расширение «зон собственности» позволяет личности чувствовать себя в таких зонах комфортно, независимо от других, уверенно. В то же время любые посягательства на собственность так или иначе затрагивают самого человека как субъекта собственности, как личность и всегда воспринимаются как ущемление личности. В качестве примера автор приводит популярное сегодня слово — «особняк» — благоустроенный небольшой дом городского типа, предназначенный, прежде всего, для проживания собственника и его семьи. Обычно такой дом строится по индивидуальному плану хозяина с учетом его вкусов, запросов и причуд. Это обстоятельство иллюстрирует положение, что собственность есть имущественное продолжение личности.

Анализируя последствия взаимовлияния собственности и характеристик человека, А. Д. Карнышев с соавт. раскрывают следующие основные функции и значения собственности и ее влияния: положительного и отрицательного, на личность:

- собственность — основа богатства, процветания эффективной экономики и в то же время целевой ориентир для деловых людей;
- собственность — стимул развития производства и одновременно мерило потребления;
- собственность — явная или скрытая причина социальных взаимодействий «исполнителей» различных экономических ролей, подоплека их отношений;
- собственность — детерминанта социального статуса человека в иерархической структуре современного общества;
- собственность в плане расширения ее «работающих» форм и видов свидетельствует об эффективности экономических реформ и их динамике;
- приобщение к собственности как формирование и закрепление умений и навыков владеть, пользоваться и распоряжаться ею, является главным критерием экономической социализации;
- отношение собственников к экономическим обязанностям, в частности выплата налогов, показывает уровень их социальной зрелости;
- собственность увязывает воедино экономическое и политическое положение человека и (или) социальных групп.

Положительные слагаемые содержания собственности влияют на формирование важнейших качеств личности, но более всего на ее направленность (систему мотивов) и самооценку. Человек, сумевший преумножить собственность, значительно увеличить ее размер, по своему чувству самоуважения, по своему достоинству становится как бы другой личностью, поскольку по иному осмысливает свою самооценку, по иному живет и думает (Карнышев, Бурменко, Иванова, 2006).

В качестве положительных социально-психологических характеристик, связанных с отношениями собственности авторы рассматривают следующие. Собственность — это гарантия, независимости, «отчужденная свобода» (Ф. М. Достоевский); атрибут благополучия и уверенности; возможность реализации своих способностей; чувство комфорта и защищенности в интеллектуальных вариантах — показатель дарований человека; инструмент для получения дохода; возможность для благотворительной деятельности; важный мотив социально-политической активности; первопричина ответственности (учит

рациональному поведению и предусмотрительности); детерминанта эффективной реализации властных полномочий; характерный для человека образ и стиль жизни.

В качестве отрицательных социально-психологических черт, связанных с собственностью, авторы выделяют такие, как зависть к уровню богатства других; проявление неоправданной гордыни, апломба, амбиций, безграничного эгоизма; восприятие собственности как обузы (в связи с чрезмерной ответственностью, затратой времени и средств на ее «обслуживание»); возможность эксплуатации других людей; неумная жажда наживы, проявления шантажа и вымогательства, извращенное у некоторых индивидов стремление к экономической и политической власти (часто связанное с переделом собственности и желанием быстро поднять свой социальный статус).

Без знания и учета особенностей восприятия собственности и отношения к ней со стороны ее «субъектов», различных групп населения невозможно проводить разумную экономическую политику в стране. Это относится, в частности, к конкретным формам проявления собственности, способам приобретения, мотивам владения и т. д. Сказать о позитивном или негативном влиянии собственности на человека можно, лишь поняв его конкретные стремления к ее использованию в конкретных целях. Без знания психолого-экономических аспектов данного вопроса невозможно строить на цивилизованной основе «взаимоотношения» частной и государственной форм собственности, осуществлять оборот прав собственности, развивать интеллектуальную собственность, позитивно решать проблему взаимодействия экономической и политической власти.

Рассматривая факторы социальной детерминации поведения человека, Е. В. Шорохова пишет: «Для марксистского анализа факторов социальной детерминации важно подчеркнуть, что не просто социальная среда, культура, как это довольно часто делают буржуазные социологи и психологи, а именно определенный общественно-исторический строй с его существенными характеристиками определяет в самом широком смысле слова процесс формирования человека, его жизнедеятельность» (Шорохова, 1976, с. 8). При этом автор полагает, что «для перехода от общефилософской к психологической характеристике детерминирующего влияния общественных явлений на поведение человека необходимо разделение системы общественных отношений определенной общественно-экономической формации на разные ее составляющие» (там же). И в качестве такой составляющей Е. В. Шорохова выделяет производственные отношения,

в первую очередь, отношения собственности: «Отношения собственности реализуются в области распределения общественного продукта и детерминируют реальные возможности человека реализовать свои способности: обладание определенными материальными и духовным благами является реальной социальной силой, детерминирующей человеческое поведение» (там же, с. 9). Этот тезис об определяющей роли отношений собственности среди факторов социальной детерминации поведения и психики человека стал ключевым в становлении и развитии отечественной экономической психологии.

Историко-психологический анализ динамики психологии личности и группы в условиях изменения форм собственности

В 2017 г. российское общество отмечало своеобразный юбилей — 25-летие начала экономических реформ, вошедших в историю нашего общества под названием «рыночных» или «гайдаровских». Основными «вехами» или ключевыми событиями этих реформ было установление свободных цен на продукты потребления, чековая приватизация и переход от монополии государственной собственности на средства производства к многоукладной экономике. С точки зрения социогуманитарных наук (социологии, психологии, антропологии и т. д.) подобного рода радикальные социально-экономические изменения можно рассматривать как масштабный естественный социальный эксперимент, в рамках которого осуществляемые правительством реформы выступают в качестве независимой переменной, а изменения, происходящие вследствие этих преобразований в жизни общества, в частности, в социальной психологии населения и его отдельных групп и представителей — в качестве зависимой переменной.

Такие организационно-экономические нововведения, как бригадная форма организации труда на промышленных предприятиях, создание коллективных органов самоуправления и выборы руководителей трудовых коллективов и раньше привлекали внимание исследователей лаборатории социальной психологии Института психологии РАН (Социально-психологические проблемы..., 1987; и др.). Однако перечисленные нововведения касались лишь частных аспектов организации управления и не затрагивали таких фундаментальных экономических отношений, как отношения собственности на средства производства. Принципиально иная общественно-политическая ситуация сложилась в начале 1990-х годов, когда в результате политической реформы от управления экономикой фактически было отстранено партийное руководство и законодательно был про-

возглашен переход к многоукладной экономике, частной собственности на средства производства и свободному предпринимательству.

По масштабам изменений и их последствий реформы начала 1990-х годов могут быть сопоставлены только с одним радикальным преобразованием российского общества в XX в. — введением новой экономической политики в начале 1920-х годов. Особый интерес с точки зрения исследуемой нами проблемы представляет историко-психологический анализ психологических особенностей социально-экономических преобразований в сельском хозяйстве России в 1920—1930-х годах, проведенный Е. В. Шороховой (Шорохова, 1999б). Автор анализирует динамику социально-психологических феноменов в условиях изменения отношений собственности на трех уровнях: психологических отношений личности, внутригрупповых и межгрупповых отношений. В результате социально-психологического анализа исторических, экономических, юридических исследований, художественной и публицистической литературы, посвященной социально-экономическим преобразованиям в российской деревне, Шорохова делает ряд важных теоретических выводов и обобщений о характере взаимосвязи и взаимной зависимости экономических отношений собственности и социально-психологических отношений. Во-первых, отношения собственности отражались в социально-психологических отношениях личности и группы. Во-вторых, изменения отношений собственности выступали факторами изменения социально-психологических отношений. В-третьих, отношения собственности проявлялись в социально-психологических отношениях крестьян. Наконец, экономические и психологические отношения собственности выступали как взаимосвязанные и взаимозависимые процессы. Социально-психологические феномены, психологические отношения к собственности, внутригрупповые и межгрупповые отношения, отражая объективные экономические отношения, одновременно выполняли функцию регуляторов экономического и социального поведения личности и групп, оказывая существенное влияние на экономические отношения и социально-экономическое развитие деревни в целом (Шорохова, 1999б, с. 53). Эти теоретические выводы нашли свое подтверждение в эмпирическом исследовании отношения к собственности у вьетнамских крестьян в условиях социально-экономических изменений, проведенном Т. Т. Данг под руководством Е. В. Шороховой (Социальная психология..., 1999, с. 117—129).

Результаты историко-психологического анализа социально-психологической динамики в условиях экономических преобразований в России в период НЭПа, проведенного Е. В. Шороховой, позволили

выявить много сходных, повторяющихся феноменов, характеризующих взаимодействие экономических и социально-психологических факторов. К их числу автор относит: возрастание значимости экономических ценностей и ориентации на материальное благополучие в структуре ценностей представителей многих социальных групп, формирование и усиление индивидуалистической направленности экономической активности, усиление межгрупповой напряженности как следствия роста имущественного расслоения общества, появление новых социально-психологических типов людей, характеризующихся новыми качественными признаками их деловой активности и новых социальных групп российского общества («нэпманы» и «кулаки», торговцы и предприниматели) (Шорохова, 1998). В эти же годы в изучении динамики социально-психологических особенностей личности и группы участвовал целый ряд сотрудников лаборатории социальной и экономической психологии. Результаты проведенных теоретико-эмпирических исследований представлены в коллективных монографиях, подготовленных и опубликованных под научной редакцией Е. В. Шороховой и А. Л. Журавлева (Динамика социально-психологических явлений..., 1996; Журавлев, 1998; Социально-психологическая динамика, 1998; и др.).

Исследования динамики социально-психологических явлений в условиях радикальной экономической реформы

Результаты исследований, посвященных анализу организационных и экономических нововведений, указывают на чрезвычайную динамичность и противоречивость социально-психологических явлений, связанных с их реализацией. Вместе с тем, как отмечал в своем анализе исследований психологии совместной деятельности А. Л. Журавлев, и в западной, и в отечественной социальной психологии до последнего времени практически отсутствовали эмпирические исследования, специально посвященные анализу динамики социально-психологических феноменов в условиях радикальных социально-экономических изменений, которые затрагивали бы такие базисные экономические отношения, как изменение форм собственности (Журавлев, 1999).

Одним из существенных последствий экономической реформы в России в начале 1990-х годов стал переход к многоукладной экономике и многообразию форм собственности на предприятиях и в организациях. На практике это означало появление предприятий, существенно различающихся в плане организационно-экономических условий деятельности работников. В этих условиях актуальной науч-

ной проблемой, требующей специального исследования, становилась проблема взаимосвязи и взаимодействия экономических и социально-психологических явлений. Основное теоретическое предположение, которое было выдвинуто для эмпирической проверки, состояло в следующем. С одной стороны, радикальные изменения в работе предприятий и организаций, связанные со сменой формы собственности, выступают факторами динамики социально-психологических явлений как на индивидуальном уровне (отдельного человека, работника), так и на групповом уровне (рабочих групп и организаций как социальных систем). С другой стороны, появление предприятий с разными формами собственности объективно ставит людей в ситуацию выбора, в том числе организационно-экономических условий их трудовой деятельности. Такой выбор определяется, в частности, социально-психологическими особенностями личности отдельных работников.

Для эмпирической проверки гипотез о характере и механизмах взаимосвязи экономических и социально-психологических явлений использовались различные исследовательские стратегии или модели эмпирических исследований. В начале 1990-х годов в условиях массовой приватизации государственных предприятий, т. е. в период 1992–1995 гг., изменения социально-психологических феноменов личности и группы анализировались в ходе изменения форм собственности на предприятиях и организациях. Начиная с середины 1990-х годов чаще стала использоваться другая модель – сравнительный анализ социально-психологических феноменов работников предприятий с разными формами собственности.

В 1990-е годы изучению динамики социально-психологических явлений в условиях экономических изменений, связанных с проведением радикальной экономической реформы, был посвящен целый ряд эмпирических исследований, выполненных аспирантами и сотрудниками лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН (Динамика социально-психологических явлений, 1996; Совместная деятельность..., 1997; Социальная психология экономического поведения, 1999; Социально-психологическая динамика..., 1998; и др.). Изменения в сознании людей, связанные с приобретением ими статуса собственников приватизированных предприятий, исследовались Я. И. Жуковой и Е. В. Журавлевой (Жукова, 1996; Журавлева, 1998; и др.). Авторами был проведен контент-анализ содержания публикаций в экономической газете «Деловой мир» за 1992–1994 гг., посвященных этой проблеме. Результаты этих исследований показали, что первый (чековый) этап приватизации го-

сударственных предприятий не достиг своей главной цели: в его результате не появился, как предполагали реформаторы, многочисленный слой реальных собственников. Рядовые работники приватизированных предприятий так и не успели почувствовать себя хозяевами, осознать преимущества результатов приватизации. Крайне низкий уровень доли акций рядовых работников и невозможность лично влиять на организацию производственного процесса и политику предприятия препятствовал формированию «чувства хозяина» и ответственности за судьбу предприятия. Низкий уровень материального благополучия, неудовлетворенность условиями, организацией и оплатой труда приводил не только к снижению и утрате доверия руководству предприятий, но и к разочарованию в экономической политике государства и негативному отношению к проводимым экономическим реформам в целом. Иной уровень «чувства собственника» оказался характерным для руководителей приватизированных предприятий. Многие из них, став владельцами крупных пакетов акций, почувствовали себя не только руководителями, но и реальными хозяевами, что увеличило их личную ответственность за работу предприятия. Однако недостаточно полная самостоятельность в принятии организационных и финансовых решений, необходимость их согласовывать с общим собранием акционеров снижает эту ответственность, разделяя ее с другими держателями акций. Принципиально иной уровень развития «чувства хозяина» характерен для предпринимателей, выступающих одновременно и руководителями предприятия, и его собственниками. Для многих из них характерно не просто быстрое получение больших прибылей, но и забота о развитии и повышении эффективности собственного дела, ответственность за свою собственность. Серия последовавших исследований подтвердила наличие принципиальных социально-психологических особенностей российских предпринимателей.

Первые исследования динамики ценностных ориентаций представителей различных социальных групп, работающих на предприятиях с разными формами собственности, были проведены В. А. Хашченко и Н. А. Журавлевой под руководством А. Л. Журавлева (Журавлева, 1999; Хашченко, 1998; и др.). Результаты исследования показали, что для представителей всех исследуемых групп характерно возрастание значимости таких терминальных ценностей, как «материальное обеспечение» и «богатство». Эти ценности, объединенные в комплекс «экономических ценностей», наряду с такими традиционно высокозначимыми ценностями, как здоровье, семья и любовь, вошли в пятерку наиболее высокозначимых ценностей у представителей

большинства исследованных групп. Среди инструментальных ценностей у опрошенных значительно повысился ранг такой ценности, как «предприимчивость». В целом полученные результаты подтвердили предположение о том, что динамика ценностных ориентаций представителей различных социальных групп явилась следствием происходящих в обществе радикальных экономических изменений.

Вместе с тем более детальный анализ полученных данных показал, что изменения организационно-экономических условий совместной деятельности, связанные с изменением формы собственности, дифференцированно влияют на динамику в структуре ценностных ориентаций у ее различных участников. Результаты анализа позволили сделать вывод о том, что существует определенный социально-психологический тип деловой активности работников, который характеризуется более сильной ориентацией на экономические ценности. При возникновении благоприятных для него организационно-экономических условий представители этого типа сравнительно успешно адаптируются к этим новым условиям, что сопровождается соответствующим изменением в структуре их ценностных ориентаций. Результаты исследований показали, что к числу представителей данного типа относятся молодые работники, для которых характерна недостаточно устойчивая структура ценностных ориентаций. У представителей более старших возрастных групп структура ценностных ориентаций в целом оказалась более устойчивой к изменениям. В наибольшей степени устойчивость к изменениям продемонстрировали те респонденты, структуры ценностных ориентаций которых организованы по типу «пирамиды», т. е. характеризуются доминированием каких-то определенных ценностей, выступающих ведущими, системообразующими в отличие от тех, у кого структуры ценностных ориентаций организованы по типу «трапеции», т. е. характеризуются наличием нескольких примерно одинаковых по значимости ценностей без выраженного доминирования.

Особенности экономического сознания работников предприятий с разной формой собственности

В середине 1990-х годов в лаборатории социальной и экономической психологии была проведена серия эмпирических исследований, объектами которых выступали представители социальных групп современного российского общества, различающиеся по видам экономической деятельности и формам собственности, преобладающим на тех предприятиях (организациях), где они работали: наемные работники

государственных предприятий и организаций, работники предприятий с негосударственной (коллективной) формой собственности (АО, кооперативов) и предприниматели сферы малого и среднего бизнеса.

Исследования особенностей экономического сознания работников предприятий с разной формой собственности проводились А.Л. Журавлевым совместно с его учениками и сотрудниками лаборатории социальной и экономической психологии (Журавлев, 2004; Журавлев, Журавлева, 2002; Хашченко, 1998; Шибанова, Хашченко, 2002; и др.). Исследовались социально-психологические феномены экономических представлений, ценностных ориентаций и субъективно-экономического статуса. Указанные феномены экономического сознания понимаются автором как отрефлектированные в сознании личности формы знания об экономических объектах (в частности, о богатстве и деньгах), о различных терминальных и инструментальных ценностях и о собственном экономическом статусе. Эти характеристики экономического сознания сравнивались у работников предприятий с разной формой собственности: государственной и негосударственной (АОО, ЗАО и т. п.). Проверялись гипотезы о наличии статистически значимых различий в исследуемых феноменах экономического сознания у работников предприятий с различной формой собственности.

Результаты исследований показали, что существуют как общие для представителей сравниваемых выборок характеристики исследуемых феноменов, так и отличительные особенности представителей сравниваемых групп. В качестве общей характеристики, объединяющей обе исследуемые группы и предположительно обусловленной этнокультурными характеристиками российского менталитета, авторы исследования указывают на то, что среди наиболее часто упоминаемых признаков богатства представители обеих выборок отмечали духовные (нематериальные) референты: возможность с тревогой не думать о завтрашнем дне и возможность материально помогать близким людям. Наличие высокооплачиваемой работы выступает существенным признаком богатства в представлениях обеих групп, занимая соответственно второе и третье место по частоте упоминаний в группах работников государственных и негосударственных предприятий. При этом сравнительно чаще этот признак выделяют работники государственных предприятий. В качестве признаков, дифференцирующих особенности экономических представлений, выступали так называемые финансовые референты: наличие ценных бумаг и крупного вклада в иностранном банке. В качестве наиболее часто отмечавшегося признака богатства в группе работников

государственных предприятий респонденты указывали на возможность с тревогой не думать о завтрашнем дне. Существенной отличительной особенностью экономических представлений о богатстве работников государственных предприятий оказалась возможность по желанию осуществлять с семьей дорогостоящие путешествия. Для работников негосударственных предприятий таким признаком выступало наличие прибыльного дела. По данным признакам обнаружены достоверные различия между группами.

В представлениях о роли денег в общественной жизни и о функциях денег в жизни личности наиболее высокочастотными в обеих группах респондентов оказалось мнение о том, что деньги — это лишь средство существования человека в обществе, основные функции денег — создать нормальные условия жизни, удовлетворять необходимые физиологические потребности и поддерживать здоровье, совершенствовать себя духовно и физически. Сходными по частоте и достаточно распространенными оказались также представления о негативной роли денег в обществе: «Деньги изменяют людей в худшую сторону (портят людей)» (такого мнения придерживается более половины опрошенных) и «Все беды в обществе идут от денег» (около третьей части соответственно). Наиболее существенные различия между сравниваемыми группами обнаружены в их представлениях о таких ролях денег в жизни общества: «Наличие денег есть показатель значимости человека в обществе», «Деньги делают жизнь человека содержательнее», «Ради денег стоит жить». Работники негосударственных предприятий сравнительно чаще отмечают эти роли, т. е. для них смыслообразующие функции денег в жизни человека являются более значимыми. Это факт подтверждается и наличием достоверных различий в представлениях о таких функциях денег в личной жизни человека, как: «Хорошо проводить время, развлекаться, шиковать, удовлетворять любые свои желания», «Служить средством достижения значимых целей в своей жизни». Все эти функции денег чаще отмечают работники негосударственных предприятий, и различия в ответах являются статистически значимыми.

По всем эмпирическим референтам, использовавшимся в исследовании, субъективно-экономический статус личности у работников негосударственных предприятий оказался достоверно выше, чем у работников с государственной формой собственности. При этом был обнаружен социально-психологический феномен явного занижения оценок собственного экономического статуса. При отнесении себя к той или иной экономической группе (экономической самокатегоризации) большинство опрошенных проявляли тенденцию

к смещению оценок в сторону более низких значений. Одну из причин выявленного феномена авторы исследования видят в характерной для массового российского сознания тенденции занижать свой реальный имущественный статус.

В результате исследования можно утверждать, что у работников предприятий разных форм собственности достоверно выявлены особенности (различия) по таким компонентам экономического сознания, как социальные представления о некоторых экономических объектах (в частности, о богатстве и деньгах), о различных терминальных и инструментальных ценностях и о собственном экономическом статусе.

Внутригрупповая ответственность при разных формах собственности

Феномен внутригрупповой ответственности личности в трудовых коллективах, работающих в условиях разных форм собственности, исследовал Е. Д. Дорофеев (1994). Он предложил и эмпирически обосновал существование социально-психологического феномена внутригрупповой ответственности, наиболее типичными, характерными видами которой являются: ответственность за себя, за отдельных других участников совместной деятельности и за группу в целом. Сочетание в разной степени выраженности выделенных видов принятия ответственности определяет тип внутригрупповой ответственности. Результаты исследования показали, что эмпирически выделенные типы внутригрупповой ответственности («индивидуализированный» — только за себя, «избирательный» — за себя и за отдельных членов группы, «прагматичный» — за себя и за группу в целом, «генерализованный» — за себя, за других и за группу в целом) по-разному представлены в сравниваемых группах. Так, в группах работников госпредприятий (бригады машинистов) чаще встречаются «генерализованный» и «избирательный» типы ответственности, в группе работников госторговли — «избирательный», а для работников частных торговых организаций более характерен «индивидуализированный» и «прагматичный» типы. Были обнаружены также различия в мотивации принятия внутригрупповой ответственности работниками предприятий с разной формой собственности. В группах, работающих на предприятиях с государственной формой собственности, принятию ответственности чаще приписываются мотивы личного (нравственные обоснования, самоутверждения) и межличностного (боязнь групповых санкций, развитие своего влияния на группу)

характера. В отличие от них члены групп, работающих в условиях частной собственности, чаще объясняют мотивы принятия ответственности причинами организационно-экономического характера (боязнь разорения, потери финансирования или стремление к экономическому развитию).

Результаты серии теоретико-эмпирических исследований, выполненных в лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН на протяжении первого периода осуществления экономических реформ в России (1992–1998) позволили не только выявить ряд закономерностей взаимосвязи и взаимного влияния экономических и социально-психологических явлений, но и послужили мощным импульсом формирования нового научного направления в российской науке – экономической социальной психологии (Журавлев, Позняков, 2004; Социальная психология экономического поведения, 1999; Проблемы экономической психологии, 2004, 2005; и др.).

Глава 6

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ВИД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

Введение. Определение предпринимательства

Необходимость предварительного анализа и определения понятия предпринимательства связана с тем, что в современной науке до сих пор отсутствует единство в понимании сущности этого явления, его отличительных признаков и даже четкое и общепринятое определение самого термина «предприниматель». Основные причины этого обстоятельства следующие: предпринимательство – сравнительно новый, по крайней мере, в масштабах исторического развития общества феномен; это явление развивающееся и поэтому подверженное серьезным изменениям даже в своих сущностных характеристиках, имеющее глубокую специфику в различных исторических, экономических и социокультурных условиях; наконец, это явление сложное, многоаспектное, в котором тесно переплетаются экономические, социальные и психологические стороны. И хотя решение задачи комплексного анализа феномена предпринимательства и определения этого понятия выходит за рамки психологической науки, без него невозможно ни вычленение психологического аспекта феномена предпринимательства, ни четкое ограничение предпринимателей как особой социальной группы, выступающей объектом эмпирических исследований.

Одна из трудностей определения предпринимательства состоит в том, что это слово является одновременно и общеупотребительным термином, и научным понятием. В первом случае его содержание может быть раскрыто, исходя из его толкования в словарях и энциклопедиях. Здесь оно определяется как деятельность, связанная с созданием, поддержанием и развитием предприятия, дела, производством товаров и услуг. Уже в этом достаточно широком смысле понятие «предпринимательство» имеет не только экономическое (производство товаров и услуг с целью получения прибыли), но и пси-

хологическое содержание. Предпринять что-либо — значит сделать инициативное, упреждающее действие, проявить активность до того, как будут четко определены ее условия и последствия. Способность к регулярному и успешному осуществлению такого рода активности, предполагающей умение быстро принимать и реализовывать решения в условиях неопределенности, в повседневном языке называется предприимчивостью. Таким образом, предпринимательство есть особый вид экономической деятельности, предполагающей наличие у ее субъекта особых психологических качеств. Раскрытие этих особых психологических качеств и является главной задачей психологии предпринимательства.

Историческая эволюция взглядов на предпринимательство

Исторический анализ развития понятия «предприниматель» (*фр.* entrepreneur; *англ.* businessman) показывает, что оно появилось в Западной Европе в Средние века и первоначально обозначало организаторов крупных музыкальных представлений и парадов, а также строительных и производственных проектов. Затем начиная с XVII в. так называли лиц, которые заключали с государством контракт на выполнение определенных работ или поставку продукции и выступали посредниками между заказчиком и исполнителями. Поскольку стоимость выполнения работ оговаривалась заранее, предприниматель распоряжался прибылью и нес ответственность за убытки от реализации контракта. С этого времени наряду с функциями организации и руководства отличительными чертами предпринимательства становятся деятельность в условиях риска и ответственность за результаты предприятия. Другой важной вехой развития представлений о предпринимательстве явилось разграничение функций предоставления капитала для рискованного предприятия (венчурный капиталист) и реализации самого предприятия (собственно предприниматель). Существенный вклад в развитие представлений о психологии предпринимательства внесли немецкие социологи М. Вебер (1900) и В. Зомбарт (1994), давшие развернутые социально-психологические портреты типов предпринимателей.

Среди отечественных мыслителей большое внимание роли психологических факторов в хозяйственной (в частности, предпринимательской) деятельности уделяли С. Н. Булгаков (1871–1944), П. Б. Струве (1870–1944), П. Н. Савицкий (1895–1965). Характерной особенностью российских работ, посвященных предпринимательству, является повышенное внимание к социально-психологическим аспектам

этого феномена: проблемам общения, взаимодействия и взаимоотношений между людьми и группами в хозяйственной деятельности. Так, П. Н. Савицкий рассматривает предпринимательство не только как хозяйственно-экономическую, но и как особую духовно-экономическую деятельность. Хозяйское отношение включает в себя, по мнению автора, не только стремление к получению наибольшего дохода, но и стремление к сохранению и расширению удовлетворенности работающих в хозяйстве людей.

Большое число исследований в дореволюционной России было посвящено таким социально-психологическим феноменам, как предпринимательские общности. Анализируя эти работы, Е. В. Шорохова отмечает, что в основе создания таких хозяйственных общностей, как товарищества и артели, наряду с чисто хозяйственными целями немаловажное значение имело и общение, объединение людей в группы на основе взаимопомощи, доверия и взаимной ответственности. Однако с развитием капиталистических отношений все большее распространение получали акционерные общества, для которых характерно четкое ограничение имущественного участия и ответственности индивидов в совместном предприятии (Шорохова, 1999а, с. 17–43).

Предпринимательство как экономическое явление

Современное понимание предпринимательства как экономического явления и его роли в экономическом развитии представлено в работах Й. Шумпетера (1982), Ф. фон Хайека (1992), Дж. М. Кейнса (1978), П. Друкера (1992) и др. К анализу феномена предпринимательства обратились и отечественные экономисты: Л. И. Абалкин (1994), В. С. Автономов (1990), А. И. Агеев (1991), В. Ф. Бусыгин (1995), философы: Т. В. Борисова (2005) и социологи: Р. Ф. Гибадуллин (2000), Т. И. Заславская (1995), В. В. Радаев (1993) А. Ю. Чепуренко (1995) и др.

Й. Шумпетер (1982) определял предпринимателя как ключевую фигуру развития экономики. Основной задачей предпринимателя является нарушение равновесного состояния в экономике и перевод ее в новое равновесное состояние, разрешение многочисленных противоречий (между статикой и динамикой, традициями и нововведениями, спросом и предложением и т. д.), создание новых комбинаций факторов производства и экономики.

Ф. фон Хайек (1992) обратил особое внимание на такие отличительные черты предпринимательской деятельности, как жесткая конкурентная борьба между предпринимателями и стремление к поиску новых возможностей получения прибыли.

П. Друкер (1992) в своей концепции предпринимательского общества обратил внимание на то, что предпринимательство как инновационная активность, связанная с использованием имеющихся возможностей с максимальной выгодой, не ограничивается только сферой экономики, но может проявляться в самых разнообразных сферах социальной деятельности.

В современных представлениях о предпринимательстве условно можно выделить функционально-ролевой и структурный подходы. В рамках функционально-ролевого подхода предпринимательство рассматривается как разновидность экономической или, более широко, социальной деятельности, связанной с реализацией определенных функций экономического и социального развития. При этом одни авторы ограничивают функции предпринимательства исключительно экономической сферой, другие соотносят его со всеми видами человеческой деятельности.

Функции предпринимательства

При анализе экономических функций предпринимательства в одних случаях подчеркивается роль предпринимателя как хозяйственного субъекта, осуществляющего функции оптимальной комбинации наличных ресурсов (финансовых, человеческих, организационных, информационных и т. д.) для удовлетворения спроса и извлечения дохода, в других — основная экономическая функция предпринимателя определяется как поиск и создание новых возможностей и комбинаций в экономике. В последнем случае принято говорить об инновационном предпринимательстве, дабы отграничить функции изобретателя, с одной стороны, и функции традиционного менеджера, с другой.

Одни определения подчеркивают в предпринимательстве функцию инновации, определяя его как процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью (Хизрич, Питерс, 1992), другие выделяют в качестве основных функции собственника и менеджера, определяя предпринимателя как организатора экономического предприятия, который его создает, владеет и управляет им и несет ответственность за все виды риска своего бизнеса (Новый словарь Вэбстера). В любом случае в рамках функционального подхода предпринимательство рассматривается обезличенно, как тип деятельности, не привязанный к характеристикам конкретных субъектов.

Й. Шумпетер, описывая предпринимательскую функцию как тип экономического поведения, специально подчеркивает сложность

и проблематичность выделения и персонификации конкретных людей как носителей предпринимательской функции, субъектов предпринимательской деятельности: «Предпринимательство не является профессией, и в подобном состоянии нельзя находиться длительное время. Предприниматели образуют особый класс только в том смысле, что исследователь может при классификации вычлениить их в отдельную группу, — предприниматели являются субъектами особого и не всегда присущего одним и тем же субъектам вида, но отнюдь не в смысле того социального явления, которое имеют в виду, когда говорят о формировании классов и „классовой борьбе“ и т. д.» (Шумпетер, 1982, с. 172).

Одним из частных следствий функционального подхода, рассматривающего предпринимательство как функцию или совокупность функций, выполнение которых не обязательно привязывается к конкретному индивидуальному субъекту, является положение о том, что предпринимательство может (или даже должно) рассматриваться как совокупность функций, реализуемых совместной деятельностью группы индивидов. При этом речь может идти как об исследовании различного рода предпринимательских общностей, так и о реализации предпринимательских функций и предпринимательской культуры в относительно стабильных организациях. В современной литературе по менеджменту (Мескон и др., 1992; Друкер, 1992) выполнение предпринимательских функций, связанное с развитием управления, проведением организационных нововведений, созданием новых видов товаров и услуг и т. д., рассматривается как отличительная особенность эффективного, инновационного управления, и в этой связи используются термины «предпринимательского управления» и «корпоративного или внутреннего предпринимательства». Владение собственностью и персональная ответственность за риски не рассматриваются как необходимые признаки предпринимательства. При таком подходе формально-статусные различия между менеджерами и предпринимателями фактически стираются.

Предприниматели в социальной структуре общества

В рамках структурного подхода, напротив, делаются попытки более или менее четкой социальной идентификации предпринимателей как особой социальной группы, что совершенно необходимо для включения этого феномена в разряд объектов эмпирических социальных и психологических исследований. С юридической точки зрения предпринимательство определяется как самостоятельная,

осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном порядке. Такое достаточно широкое определение предпринимательства фактически включает в себя все виды деловой активности (бизнеса), за исключением наемного труда.

Попытки выделения предпринимателей как особой социальной группы в рамках социальной стратификации (Заславская, 1995) позволяют сформулировать критерии эмпирической идентификации ее представителей. На основании предложенных критериев были эмпирически выделены и идентифицированы представители предпринимательского слоя современного российского общества (бизнес-слоя, по определению Т. И. Заславской), в рамках которого, в свою очередь, были выделены подгруппы, различающиеся условиями и содержанием предпринимательской деятельности:

- 1) собственно предприниматели, выступающие одновременно и собственниками, и руководителями своего предприятия (особую группу из их числа образуют так называемые самозанятые, т. е. занимающиеся индивидуальным бизнесом);
- 2) полупредприниматели, совмещающие предпринимательскую деятельность с наемным трудом (в этой группе выделяются руководители и рядовые работники);
- 3) менеджеры, осуществляющие функции руководства и распоряжения ресурсами, но не являющиеся собственниками предприятия (здесь выделяются совладельцы и наемные менеджеры).

Результаты проведенной работы позволяют сформулировать достаточно четкие критерии идентификации субъектов предпринимательской деятельности. Вместе с тем они со всей очевидностью указывают на неоднородность предпринимательского слоя, что делает необходимым для исследователей предпринимательства, в том числе для психологов, в каждом случае четко определять специфические признаки выборки, на которой проводится исследование.

В заключение можно привести определение предпринимательства, которое дает авторитетный специалист в этой области основатель Гарвардского исследовательского центра истории предпринимательства А. Коул: целесообразная деятельность индивида или группы ассоциированных индивидов, предпринятая с целью создать, сохранить, увеличить ориентированную на получение прибыли организационную единицу, являющуюся совокупностью ресурсов, капитала,

информации и труда, чтобы добиться денежной или иной выгоды, которая является мерой его успеха, во взаимодействии с экономическими, политическими, социальными (институтами, обычаями) условиями того периода развития общества, который допускает значительную степень свободы принятия решений (см.: Глушенко и др., 1996, с. 292–293).

Основные направления исследований психологии предпринимательства

Начиная с работ Й. Шумпетера (1982) в экономической литературе делаются попытки определения предпринимателя не просто как субъекта особого вида экономической деятельности, но и как человека особого психологического типа, отличительные свойства которого могут проявляться и рассматриваться безотносительно к содержанию выполняемой им экономической функции. Эта идея послужила мощным толчком к проведению психологических исследований, основной целью которых явился поиск тех специфических качеств, которые побуждают человека к предпринимательской деятельности и обеспечивают эффективное выполнение предпринимательских функций.

Исследования мотивации предпринимательской деятельности

Американский психолог Д. Макклеланд, развивая теоретические идеи и эмпирические подходы исследований мотивации достижения Х. Мюррея, провел серию экспериментов, объектами которых выступали как студенты учебных заведений, так и предприниматели. Этот опыт, описанный в его книге «Общество достижения» (1961), явился одной из первых серьезных попыток использования теории и методов психологической науки при анализе и решении проблем экономического развития. Основная идея Д. Макклеланда заключалась в том, что отличительной психологической особенностью предпринимателей является более высокий уровень мотивации достижения, которую он определял как соревнование с некими существующими стандартами. Мотивация достижения проявляется при следующих условиях:

- ситуация поведения индивида характеризуется наличием определенных стандартов, по которым оценивается успешность или неуспешность решения индивидом поставленных задач;

- индивид рассматривает себя как субъекта, ответственного за результаты своего поведения;
- достижение успеха в решении задачи не является заранее предпринятым, но связано с определенным уровнем риска.

Для оценки выраженности мотивации достижения Д. Макклеланд использовал ТАТ (тематический апперцепционный тест) – проективную методику, разработанную американским психологом Х. Мюрре-ем и модифицированную впоследствии немецким психологом Х. Хекхаузенем (1988). Испытуемым предъявлялись картинки с достаточно неопределенными изображениями, допускающими различную интерпретацию, и предлагалось сочинить по каждой картинке рассказ о том, что происходит на представленной картинке, что привело к возникновению изображенной ситуации, что может произойти в будущем, о чем думают и что переживают изображенные лица.

С помощью специально разработанных ключевых категорий экспериментаторы анализировали содержание рассказов, фиксируя частоту тех, которые свидетельствуют о проявлении мотивации достижения успеха. Получаемый в результате индекс (*n Ach* – от *англ.* *achievement* – достижение) служил количественной оценкой степени выраженности мотива. После длительной серии лабораторных экспериментов Д. Макклеланд и его сотрудники (Д. Аткинсон, Д. Винтер) пришли к выводу о том, что индивиды с высоким уровнем мотивации достижения вели себя как успешные, рациональные предприниматели. Они устанавливали для себя средний уровень трудности задач и стремились к достижению максимального успеха в их решении.

Кроме того, для них были характерны: позитивное отношение к ситуации достижения; стремление к решению интересных, достаточно сложных, но реально выполнимых задач; уверенность в успешном решении задачи; высокая настойчивость в достижении поставленной цели; стремление к разумному риску и отсутствие интереса к сверхсложным и очень простым задачам; интерес к ситуации соревнования с другими индивидами и активный поиск информации о своих результатах; проявление активности, решительности и ответственности за результат в неопределенных ситуациях; повышение уровня притязаний при достижении успеха и его снижение при неудаче. На основе полученных результатов Д. Макклеланд выдвинул гипотезу о том, что предприниматели (люди, достигшие успехов в бизнесе) имеют более высокую потребность в достижении успеха, чем профессионалы-непредприниматели. Результаты эмпирических исследований, проведенных в ряде стран, подтвердили это предположение.

В другом исследовании Д. Макклеланд проследил взаимосвязь между степенью выраженности потребности в достижении (по результатам анализа представленности соответствующих ключевых категорий в содержании детских книг) и скоростью экономического развития страны (которая определялась по динамике потребления электрической энергии). Результаты исследования показали наличие корреляционной связи между индексами *n Ach*, зафиксированными по публикациям 1925 г., и разницей между ожидаемым и действительным потреблением электрической энергии в 1950 г. (Хекхаузен, 1986, т. 1, с. 283–288). Эти и другие попытки напрямую связать экономическое развитие страны или какой-либо социальной группы с характерными особенностями мотивации вызвали широкий общественный интерес и не менее серьезную критику за чрезмерное преувеличение роли психологических факторов и невнимание к другим, в частности, благоприятности социально-экономических условий. Анализируя литературные данные, Д. Макклеланд и Д. Винтер пришли к выводу, что при отсутствии благоприятных для экономического развития условий высокая мотивация достижения может привести к экономическому регрессу.

В более поздних исследованиях мотивации (Д. Аткинсон, Х. Хекхаузен) стали различать мотив достижения успеха и мотив избегания неудачи. Для людей, мотивированных на достижение успеха, характерны: четкая постановка позитивных целей деятельности и активное последовательное стремление к их достижению, уверенность в своих возможностях, адекватная самооценка. Они предпочитают задачи средней трудности, а при неудачах мобилизуют свои силы и повышают активность. Люди, мотивированные на избегание неудачи, проявляют: неуверенность в своих возможностях, тревогу в ожидании возможной неудачи. Они нередко характеризуются неадекватной самооценкой (завышенной или заниженной), поэтому склонны выбирать или очень легкие, или очень трудные задачи. Успех повышает их активность, однако неудачи приводят к еще более резкому ее снижению. Индивидуальные особенности мотивации личности определяются сочетанием в разной степени выраженности того и другого типа мотивации. По мнению многих исследователей, отличительной особенностью успешных предпринимателей является выраженное преобладание мотивации достижения успеха над мотивацией избегания неудач. Практика психологического консультирования показывает, что с помощью специальных упражнений можно корректировать индивидуальные особенности мотивации человека, повышая его уверенность в себе и направленность на достижение успеха.

Локус контроля

Дж. Роттер (Rotter, 1966) предложил различать людей по тому, где они преимущественно располагают (локализуют) факторы контроля за собственным поведением и значимыми для них событиями. Люди с преобладанием внешнего (экстернального) локуса контроля – экстерналы – склонны считать, что основные значимые события их жизни определяются (контролируются) преимущественно внешними обстоятельствами (благоприятностью внешних условий, влиянием других людей, случайностью и т. д.). Свои успехи и неудачи они также склонны объяснять преимущественно внешними по отношению к себе факторами. Люди с преобладанием внутреннего (интернального) локуса контроля – интерналы – напротив, полагают, что они сами способны в высокой степени контролировать значимые для себя события и склонны принимать на себя ответственность как за свои достижения, успехи, так и за свои неудачи. Оценивая уровень экстернальности-интернальности с помощью специально разработанного опросника, Д. Роттер и другие исследователи показали, что преобладание экстернального локуса контроля чаще сочетается с такими качествами, как конформность, т. е. уступчивое, зависимое поведение, неуверенность в себе, тревожность. Люди с преобладанием интернальности отличаются более высокой активностью, независимостью и самостоятельностью, они более уверены в себе, имеют более высокую самооценку и проявляют более высокую ответственность за свое поведение.

Результаты исследований подтвердили также связь интернальности с мотивацией достижения успеха. Эти данные легли в основу гипотезы о том, что предприниматели характеризуются более высоким уровнем интернальности, чем профессионалы-непредприниматели, например, менеджеры. Результаты ряда эмпирических исследований (Brockhaus, 1982; Kets de Vries, 1977; и др.) подтвердили эту гипотезу. Они показали также, что менеджеры с более высокими оценками интернальности проявляют более высокую маркетинговую активность и более склонны к нововведениям в управлении производством.

Отношение к риску в предпринимательской деятельности

Экономическая деятельность в условиях неопределенности и риска является одной из отличительных особенностей предпринимательской деятельности, поэтому изучению отношения предпринимателей

к риску посвящено значительное число психологических исследований. Для изучения отношения предпринимателей к риску Р. Брокхауз (Brockhaus, 1982) использовал методику Когана-Уоллача. В ней испытуемым предлагался ряд ситуаций, в которых они должны были сделать выбор между более безопасными (менее рискованными), но менее привлекательными и более рискованными, хотя более привлекательными альтернативами. Например, предлагалось определить, при какой вероятности сохранения финансовой устойчивости компании (шкала вероятности варьирует от 1 до 9 из 10) испытуемый рекомендовал бы некому лицу наняться на работу. На основании полученных данных Р. Брокхауз сделал вывод о том, что более успешные предприниматели характеризуются предпочтением умеренного риска. В сравнительном исследовании менеджеров и предпринимателей (руководителей – собственников фирм) он обнаружил отсутствие значимых различий между ними по отношению к риску. Однако в сравнении со средними (нормативными) значениями обе группы показали более высокую склонность к риску. Анализируя результаты этого и других исследований отношения предпринимателей к риску, К.-Э. Вернерид (Warneryd, 1988) отмечает, что при изучении отношения к риску нельзя ограничиваться объективно заданными характеристиками рискованности ситуации (вероятность успеха или проигрыша), необходимо учитывать особенности восприятия и оценки степени риска самими субъектами, т. е. предпринимателями. Эта субъективная оценка во многом зависит от их субъективной оценки благоприятности условий и собственных возможностей достижения успеха. При высокой оценке собственных способностей и усилий предприниматель может субъективно оценивать ситуацию для себя как менее рискованную, чем она представляется внешнему наблюдателю или исследователю.

Современные тенденции исследований в области психологии предпринимательства (по материалам зарубежных исследований)

Многочисленные исследования в области предпринимательства уже доказали важность социальных, экономических и даже политических факторов при принятии решения о выборе предпринимательской карьеры. К сожалению, как показывают зарубежные авторы (Berings, De Fruyt, Bouwen, 2004; Ciavarella et al., 2004; Wooten, Timmerman, Folger, 1999), наличие у индивида психологических черт, соответствующих сложившемуся психологическому портрету пред-

принимателя, не гарантирует успеха в реальном бизнесе. Исследования, выполненные в последние годы, характеризуются интересным смещением направления научного поиска с изучения предпринимательского стремления к независимости, автономности или финансовой независимости на объект позитивной психологической установки по отношению к себе и миру (Kueger, Reilly, Carsrud, 2000; Markman, Baron, Balkin, 2005; Shook, Priem, McGee, 2003). Конечно, нет смысла отрицать важность знания, компетентности, профессионализма, целеустремленности, но именно позитивная психология (термин, используемый М. Селигменом), может являться той детерминантой, которая приводит предпринимателя к успеху. Надежда, оптимизм, уверенность в будущем, высокая самооффективность, способность к быстрому восстановлению после неудач являются основными кирпичиками для построения позитивной психологии (Jensen, Luthans, 2006).

После публикации работ А. Бандуры высокая самооффективность воспринималась как необходимость при решении сложных комплексных задач. Была обнаружена связь между принятием решения о предпринимательской карьере и степенью выраженности самооффективности индивида (Chen, Greene, Crick 1998). Успешные предприниматели имеют устойчиво высокий уровень самооффективности и, кроме того, есть данные, показывающие корреляцию уровня самооффективности с уровнем дохода (Markman, Balkin, Baron, 2002; Markman, Baron, Balkin, 2005). Опираясь на теорию Селигмена, считающего, что чувство оптимизма связано с интерпретацией прошлых успехов и неудач, можно увидеть несложную логику связи оптимизма предпринимателя и усилий, которые он прилагает для достижения будущего результата. Есть мнение, что чем выше оптимизм, тем выше планка желаемой цели (Oettingen, Mayer, 2002).

Интересными представляются исследования феномена надежды. Таких исследований пока мало, но они выявляют существующую связь между уровнем надежды и удовлетворением от управления своим бизнесом (Jensen, Luthans, 2006). Надежда также может служить хорошим индикатором оценивания важности собственных целей, возможных шансов на успех и готовности воплощать свои намерения (Laguna, 2006). Необходимо отметить, что все эти позитивные установки не являются постоянными качествами, как, например, черты личности индивида, и могут быть развиты путем тренингов (Luthans, Youssef, 2004). Авторы определяют эти позитивные психологические установки как поддающиеся измерениям и анализу и видят хорошие перспективы для их дальнейшего исследования.

К сожалению, небольшое количество исследований посвящено роли доверия в предпринимательстве (Liao, Welsch, 2005; Zahra et al., 2006). Большая часть этих исследований фокусируется на важности социальных сетей для создания предприятия и роста бизнеса. Многие из них косвенно затрагивают роль доверия. Социальные сети обладают доверием, которое описывается в данном случае как некий клей, или связка, которая удерживает части сети вместе (Anderson, Jack, 2002). Более того, сети помогают новому предприятию в создании легитимности компании. Это напрямую связано с доверием, так как недостаточность легитимности отражает недостаточность доверия. Новые компании неизвестны, поэтому им не доверяют потенциальные клиенты и партнеры, и бизнес не развивается. В этом контексте есть указание (Aldrich, 2000), что успешные новые предприниматели – это, прежде всего те, кто может построить сети доверия, которые помогают им в создании легитимности в пределах своего рынка.

Другим интересным направлением исследования предпринимательства является антропологический подход, изучающий этническую идентичность как форму социального капитала, поддерживающую предпринимателей – представителей малых национальностей или мигрантов для открытия бизнеса и завоевания рынка. Исследования предпринимательства внутри этнических меньшинств (Portes, Guarnizo, Haller, 2002) представляют большой интерес в связи со все увеличивающимся потоком мигрантов, например, из стран Азии и Африки в страны с развитой экономикой. Тут лежит и глобальный интерес для исследования российского миграционного предпринимательства как принимающего глобальные масштабы в малом бизнесе центральных городов России. Данные свидетельствуют о том, что, даже сталкиваясь со значительными трудностями при организации и ведении бизнеса, мигрантский бизнес является достаточно устойчивым благодаря возможности опираться на развитые этнические социальные сети, не говоря уже о сильных взаимопомогающих семейных и родственных узах, базовых по укладу жизни, характерных для восточных культур. Работы Макдоналд (McDonald, 2005) четко показывают интересную тенденцию малых предпринимателей, основывающих свой бизнес на почве этнических социальных сетей, стремиться к вхождению в формальные организации после достижения финансовой стабильности. В целом, по мнению зарубежных исследований, антропологическому подходу к изучению предпринимательства необходимо уделить большее внимание, чем это делалось до сих пор.

Есть указание (Schneider, 2002), что процент предпринимателей, работающих вне рамок официальных организаций, в странах с развитой экономикой составляет 17%, в то время как в странах с развивающейся экономикой – порядка 40% ВВП. Эти данные ясно свидетельствуют в пользу существования связи между уровнем развития экономики страны и степенью развитости неофициального бизнеса. Важным вопросом остается то, каким образом происходит социальная идентификация неофициальных предпринимателей и как эти предприниматели определяют и используют новые возможности своего бизнеса (Webb et al., 2007).

Предпринимательство – это поле пересечения личности и возможностей (Shane, 2003), и поэтому область исследований, посвященная взаимосвязи черт личности и успешности выявления и использования новых возможностей, продолжает представлять интерес. Изучение применяемых предпринимателями когнитивных механизмов, используемых для деятельности в условиях неопределенности, по-прежнему остается актуальной и не раскрытой до конца проблемой (Alvarez, Barney, 2005; Lounsbury, Glynn, 2001, Choi, Shepherd, 2004; Shane, Venkataraman, 2000).

Изучение автономии, инновативности, склонности к риску, соревновательной агрессивности и предусмотрительности является особым направлением исследований в психологии предпринимательства. Анализ склонности предпринимателей к риску (Miner, Raju, 2004), показал отсутствие видимого различия между отношением к риску предпринимателей и наемных менеджеров. Однако другие авторы (Stewart, Roth, 2004) попытались опровергнуть достоверность их результатов, валидность применяемой ими методики. Это, прежде всего, свидетельствует о том, что вопрос о психологических отличиях предпринимателей от непредпринимателей остается открытым, как и вопрос о том, являются ли эти психологические черты стабильными или меняющимися со временем. Кроме того, было (2001) показано, что психологический портрет крупного предпринимателя отличается от психологического портрета предпринимателя малого бизнеса. Это может привести к необходимости дифференциации типов предпринимателей внутри этой социальной группы в зависимости от психологических характеристик, значимых для роста бизнеса. Важным направлением исследований является изучение мотивации к предпринимательской деятельности (Miner, Smith, Bracker, 1989; Zhao, Seibert, Hills, 2005).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Одной из характерных особенностей современного состояния российской психологической науки является формирование и интенсивное развитие экономической психологии – нового научного направления, призванного интегрировать подходы психологической и экономической наук в исследовании хозяйственной жизни общества, экономического поведения, взаимодействия и взаимоотношений хозяйствующих субъектов. Современное состояние экономической психологии можно определить как состояние интенсивного развития теоретических, эмпирических и прикладных исследований различных сфер экономической жизнедеятельности. Не претендуя на полноту охвата и анализа этих исследований, автор изложил, прежде всего, собственный взгляд на предмет, основные теоретические проблемы, методологические принципы, направления эмпирических исследований и сферы приложения экономической психологии.

Изменение форм собственности на средства производства, переход к многоукладной экономике – один из наиболее существенных шагов в проведении радикальных экономических реформ в современной России. Поэтому научный интерес к психологическим проблемам собственности и изучение социально-психологических проблем, связанных с изменением форм собственности – центральное направление исследований в отечественной экономической психологии. Сравнение результатов историко-психологической реконструкции динамики психологии личности и группы в условиях НЭПа и результатов эмпирических исследований динамики социально-психологических явлений в период осуществления радикальной экономической реформы позволяет сделать вывод о существовании общих закономерностей, характеризующих взаимосвязь и взаимозависимость психологических и экономических факторов в изменяющемся обществе.

Результаты исследований динамики социально-психологических явлений в условиях преобразования форм собственности показали, что изменение организационно-экономических условий деятельности работников выступает существенным фактором социально-психологической динамики личности и группы. Вместе с тем социально-психологические феномены изменяются под влиянием социально-экономических условий дифференцированно. Причем социально-психологические характеристики разных групп участников совместной трудовой деятельности могут не только не изменяться, но и трансформировать (преломлять) воздействие экономических условий или вообще сводить их влияние к нулю. Социально-психологические факторы (феномены) не только выступают следствием экономических изменений в обществе, но и сами оказывают воздействие на состояние и динамику социально-экономических условий. В условиях радикальных экономических изменений индивиды и группы выступают не пассивными объектами происходящих изменений, а активными субъектами. С одной стороны, активность субъектов проявляется в их избирательных, осознаваемых психологических отношениях к этим изменениям, а с другой – в их экономическом поведении, связанном с выбором форм собственности и видов экономической деятельности, в направленности и уровне деловой активности. Одними из первых отечественных теоретико-эмпирических исследований, посвященных анализу социально-психологических проблем, связанных с изменением форм собственности, явились исследования динамики социально-психологических отношений в трудовых коллективах в условиях изменения форм собственности и социально-психологических факторов экономического поведения, связанного с выбором формы собственности и вида экономической деятельности, выполненные автором монографии в конце 1980–начале 1990-х годов. Результаты этих исследований будут посвящены третий и четвертый разделы монографии.

Появление, точнее, возрождение российского предпринимательства явилось важным элементом трансформации экономических и социально-политических отношений в современной России. Предпринимательство как один из ключевых феноменов экономической жизни и экономического развития, с одной стороны, и как уникальный экономико-психологический феномен – с другой, с самого начала реализации российских экономических реформ нового времени привлекло к себе внимание исследователей, в том числе психологов. Психология российского предпринимательства в настоящее время является одним из важных и интенсивно развивающихся на-

правлений отечественной экономической психологии. Подводя итог состоянию исследований психологии предпринимательства в мировой науке, можно отметить, что, несмотря на наличие серьезных исследований отдельных аспектов этой проблемы, единой теории, позволяющей ответить на вопрос, какие психологические особенности обуславливают выбор предпринимательской деятельности и успешность ее осуществления, пока не создано. К числу важных феноменов психологии предпринимательства, безусловно, относятся рассмотренные нами особенности мотивации достижения, интернальный локус контроля и склонность к умеренному риску. Однако эти факторы не могут рассматриваться как достаточные и определяющие характеристики психологии предпринимательства. Отличительной особенностью подхода западных исследователей является исключительное внимание к проблеме личности предпринимателя при почти полном отсутствии исследований, посвященных социально-психологическим аспектам предпринимательства: общению и взаимодействию предпринимателя с партнерами и представителями других социальных групп, совместной предпринимательской деятельности, предпринимательских общностей. В этом, безусловно, сказываются особенности западной, преимущественно индивидуалистической культуры. Однако и история, и современная практика предпринимательства показывает, что оно не есть удел только индивидов-одиночек, но является процессом, результирующим совместную деятельность и взаимодействие большого числа индивидов и групп.

Научный анализ феномена предпринимательства и его психологических особенностей развивается, как развивается само предпринимательство. В последние годы осмысление этого феномена становится все более актуальным и для отечественной науки. Анализ современного состояния социальной психологии российского предпринимательства и некоторые результаты исследований в этой области, выполненных с позиций концепции психологических отношений субъектов экономической деятельности, представлены в пятом и шестом разделах монографии.

Раздел 3

ДИНАМИКА СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ¹

¹ Раздел написан совместно с А.Л. Журавлевым.

ВВЕДЕНИЕ

Третий раздел монографии посвящен изложению результатов теоретико-эмпирического исследования динамики социально-психологических (внутригрупповых и межгрупповых) отношений в трудовом коллективе в условиях изменения форм собственности. Данное исследование было выполнено автором как диссертационное исследование совместно с А. Л. Журавлевым и под его научным руководством. Поэтому мы оба являемся авторами данного раздела. В седьмой главе представлены концептуальный подход и программа эмпирического исследования. В восьмой главе дается социально-психологический анализ изменений в коллективе при переходе на арендный подряд. В девятой анализируются изменения социально-психологических отношений между арендными коллективами и рассматривается роль изменения форм собственности как фактора динамики внутригрупповых и межгрупповых отношений.

Глава 7

ИЗМЕНЕНИЕ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ КАК ФАКТОР ДИНАМИКИ ВНУТРИГРУППОВЫХ И МЕЖГРУППОВЫХ ОТНОШЕНИЙ. ПРОГРАММА И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Программа исследования

Исходя из предложенного в теоретической части работы подхода к исследованию психологических отношений субъектов экономической деятельности была сформулирована цель конкретного эмпирического исследования — изучить динамику социально-психологических отношений в трудовых коллективах в условиях организационно-экономического нововведения, связанного с изменением формы собственности (Журавлев, Позняков, 1992). Объектами эмпирического исследования выступали первичные трудовые коллективы подразделений сельскохозяйственного предприятия при переходе на арендный подряд, который мы рассматривали как одну из попыток радикального изменения организационно-экономических отношений на селе (Позняков, 1991). Для достижения поставленной цели необходимо было решить две исследовательские задачи: 1) изучить динамику процессов межгрупповой дифференциации и внутригрупповой интеграции, связанных с организационно-экономическим обособлением и формированием арендных трудовых коллективов как субъектов экономической деятельности и установлением между ними связей и отношений (производственно-технологических, функциональных, экономических и др.) в рамках основного производственного коллектива; 2) рассмотреть особенности отражения новых организационно-экономических связей и отношений, складывающихся в производственном коллективе при переходе на арендный подряд в сознании индивидуальных и групповых субъектов экономической деятельности, и их влияние на социально-психологические отношения как внутри первичных рабочих групп, так и между группами.

Решение первой задачи предполагало комплексный организационно-экономический анализ объекта исследования — производственного коллектива сельскохозяйственного предприятия и осуществля-

емого нововведения (перехода на арендный подряд). Решение второй задачи предполагало параллельное проведение социально-психологического исследования в первичных трудовых коллективах подразделений того же хозяйства. В качестве общей гипотезы исследования выдвигалось предположение о том, что изменение форм собственности на средства производства и продукты труда, связанное с переходом на арендный подряд, обуславливает динамику социально-психологических отношений в трудовых коллективах, характеризующуюся сочетанием процессов межгрупповой дифференциации и внутригрупповой интеграции.

Общая гипотеза была конкретизирована частными гипотезами, эмпирическая проверка которых осуществлялась в ходе исследования.

1. При переходе сельскохозяйственного предприятия на арендный подряд происходит изменение типа связей между его подразделениями, выступающих основаниями межгрупповой дифференциации и внутригрупповой интеграции.
2. В процессе перехода на арендный подряд происходит изменение социально-психологических отношений в коллективе предприятия, связанное с усилением внутригрупповой интеграции, межгрупповой дифференциации и появлением феноменов дезинтеграции в отношениях между коллективами арендных подразделений.
3. Изменения в характере межгрупповых отношений, свидетельствующие об эффекте межгрупповой дезинтеграции, связаны с изменением производственно-экономических связей между подразделениями хозяйства при переходе на арендный подряд.

Организация исследования

Исследование проводилось в колхозе «Пробуждение» Кимрского района Тверской (Калининской) области, который с января 1989 г. перешел на арендный подряд. В колхозе было организовано 14 хозрасчетных арендных подразделений (кооперативов). Лонгитюдное эмпирическое исследование включало три последовательных этапа: первый — октябрь—декабрь 1988 г., т. е. до перехода подразделений колхоза на арендный подряд; второй — февраль—март 1989 г., т. е. непосредственно после формирования внутрихозяйственных кооперативов и заключения хозрасчетных договоров; третий — февраль—март 1990 г., т. е. спустя год после начала работы коллективов в новых условиях хозяйствования. Такое построение исследования

давало возможность не только изучить качественное своеобразие связей и отношений внутри первичных трудовых коллективов хозяйства и между ними до и после перехода на арендный подряд, но и проследить динамику их изменения в условиях освоения новой формы хозяйствования. Комплексный характер исследования обусловил использование широкого круга методов, направленных на выявление как производственно-экономических связей, так и социально-психологических отношений, складывающихся между отдельными работниками внутри первичных коллективов и между первичными коллективами.

Организационно-экономический анализ хозяйства проводился на первом и втором этапах исследования, т. е. до перехода подразделений хозяйства на арендный подряд и после его осуществления. Он включал анализ организационной структуры предприятия, т. е. выявление структурных подразделений хозяйства и связей между ними. При этом анализировались не только производственно-технологические и функциональные, но и экономические взаимосвязи между подразделениями, складывающиеся при переходе на арендный подряд. Основным методом служил анализ нормативных документов, регламентирующих производственно-экономическую деятельность подразделений и связи между ними. Как вспомогательный метод использовался опрос экспертов — руководителей и специалистов хозяйства. Целью его было уточнение структуры производственно-технологических, функциональных и экономических связей, складывающихся как внутри первичных коллективов арендных подразделений, так и между ними. Результаты организационно-экономического анализа хозяйства показали, что наиболее существенным изменением во взаимодействии первичных коллективов при переходе на арендный подряд является заключение между ними хозрасчетных договоров. Чтобы выяснить их влияние на динамику межгрупповых отношений, последние изучались между подразделениями, связанными и не связанными хозрасчетными договорными отношениями. Была сформулирована эмпирическая гипотеза о наличии статистически значимых различий в динамике отношений между коллективами в зависимости от наличия хозрасчетных договорных отношений между соответствующими подразделениями. Для проверки этой гипотезы проводилось сравнительное изучение подразделений, связанных и не связанных договорными отношениями. Такая организация исследования позволяет рассматривать его как естественный эксперимент, каковым и является организационно-экономическое нововведение. В качестве независимой переменной при этом выступает

наличие или отсутствие хозрасчетных договорных отношений между арендными подразделениями, а в качестве зависимой — социально-психологические отношения между представителями соответствующих первичных коллективов.

Исследование социально-психологических отношений в коллективе проводилось на всех трех его этапах с использованием стандартизированных процедур. Это обеспечило возможность сопоставления результатов, полученных на одной и той же выборке, но на разных этапах исследования. Психологические отношения субъектов экономической деятельности — основной предмет нашего исследования — изучались на трех уровнях представленности их субъектов: личностном (индивидуального субъекта), внутригрупповом (межличностном, между личностью и группой) и межгрупповом (между групповыми субъектами экономической деятельности). При этом использовались методы: контролируемое наблюдение, анализ документов, стандартизированное интервью, вопросники, социально-психологические шкалы. В качестве дополнительных методов использовались также методы наблюдения, беседы и анализ конкретных случаев. В ходе исследования опрашивались практически все члены арендных коллективов основного и вспомогательного производства, а также руководители и специалисты хозяйства. Объем выборки составил 134 человека.

Методы исследования

1. Организационно-экономический анализ хозяйства проводился на первом и втором этапах исследования, т. е. до перехода подразделений хозяйства на арендный подряд и после его осуществления. Он включал анализ организационной структуры предприятия, т. е. выявление структурных подразделений хозяйства и связей между ними. При этом анализировались не только производственно-технологические и функциональные, но и экономические взаимосвязи между подразделениями, складывающиеся при переходе на арендный подряд. Основным методом служил анализ нормативных документов, регламентирующих производственно-экономическую деятельность подразделений и связи между ними (Устав колхоза, Положение об организации внутрихозяйственных кооперативов на арендной основе, Устав внутрихозяйственного кооператива, договоры об арендном подряде и решения правления колхоза по вопросам внутрихозяйственных отношений). Как вспомогательный метод использовался опрос экспертов — руководителей и специалистов хозяйства. Целью его было

уточнение структуры производственно-технологических, функциональных и экономических связей, складывающихся как внутри первичных коллективов арендных подразделений, так и между ними.

2. Исследование социально-психологических отношений в коллективе проводилось на всех трех его этапах с использованием стандартизированных процедур. Это обеспечило возможность сопоставления результатов, полученных на одной и той же выборке, но на разных этапах исследования. При этом использовались: контролируемое наблюдение, анализ документов, стандартизированное интервью. Для изучения результатов межгруппового сравнения и оценки использовались модифицированный опросник Сишора и оригинальная методика, сочетающая технику попарного сравнения и оценку групповых качеств (отношений) с помощью зрительно-аналоговой шкалы.

В качестве дополнительного метода применялся ретроспективный опросник, специально разработанный для данного исследования. На третьем этапе опрашиваемым предлагалось оценить, как изменились по степени выраженности те или иные качества коллектива своего подразделения за время работы в условиях арендного подряда. Для получения информации, характеризующей качественные изменения в сфере социально-психологических отношений, использовались также методы наблюдения, беседы и анализ конкретных случаев.

Эмпирические показатели исследования и процедуры сбора и анализа информации

1. Контролируемое наблюдение

Контролируемое наблюдение использовалось для изучения проявлений социально-психологических отношений в межгрупповом общении и взаимодействии. Наблюдение осуществлялось на заседаниях правления колхоза, в которых обычно принимали участие председатели или члены правления кооперативов. В основу методики была положена схема контролируемого наблюдения, предложенная Р. Бейлзом (1950) (см.: Кузьмин, 1967, с. 31). Фиксировалось число позитивных и негативных реакций по отношению к представителям других подразделений в единицу времени (один час).

Содержание выступлений и высказываний (в том числе и реплик) анализировалось с точки зрения частоты проявления в них следующих позитивных реакций: согласия с мнением представителей дру-

гих подразделений, поддержки их позиции, выражения готовности помочь, одобрения и т. п. К негативным реакциям относились: несогласие с мнением представителей других подразделений, критика позиции других, отказы в помощи им, проявления враждебности и т. п.

Реакции фиксировались двумя наблюдателями независимо друг от друга. По окончании заседания протоколы наблюдений сравнивались, в итоговый протокол включались лишь те реакции, по которым у наблюдателей совпадали оценка наличия данной реакции и ее качественная характеристика как позитивной или негативной. За единицу анализа (позитивную или негативную реакцию) принималось одно выступление, высказывание или реплика с оценочным суждением в адрес представителя другого подразделения или коллектива в целом.

На первом этапе исследования было осуществлено 3 наблюдения, общей продолжительностью 5,25 часа, на втором этапе также 3 наблюдения, общей продолжительностью 4,5 часа, и на третьем этапе – 4 наблюдения, общей продолжительностью 6,5 часа. Общее число реакций – позитивных и негативных отдельно – суммировалось за весь период наблюдения в течение одного этапа исследования и делилось на длительность наблюдения (с точностью до 1/4 часа). При анализе результатов рассматривалось соотношение указанных показателей на разных этапах исследования. В качестве критерия оценки статистической значимости результатов использовался биномиальный критерий.

2. Анализ документов

При анализе документов в качестве объективного показателя, характеризующего особенности взаимоотношений между подразделениями, рассматривалось количество взаимных жалоб и претензий по результатам выполнения договорных обязательств, зафиксированных в протоколах заседаний правления колхоза и комиссии по трудовым спорам.

За единицу анализа принималась запись в протоколе, содержащая жалобу, претензию или иск одного подразделения по отношению к другому по поводу одного события (нарушения договорного обязательства). Записи, содержащие повторные жалобы и претензии в отношении одних и тех же событий, в расчет не принимались. Если протокол содержал несколько записей, относящихся к различным событиям или объектам жалоб или претензий, каждая запись фиксировалась как единица. Соответствие записей реальным событиям хозяйственной деятельности (наличие претензий) проверялось

в беседе со специалистами и руководителями подразделений. Количество записей фиксировалось по кварталам и в целом за год. Статистическая значимость различий результатов за 1988 и 1989 гг. оценивалась с помощью биномиального критерия.

3. Стандартизированное интервью

Для исследования особенностей отражения межгрупповых связей и отношений в сознании представителей соответствующих групп использовалось стандартизированное интервью по специально разработанному опроснику (см. приложение 1). В программу опроса были включены вопросы, направленные на выявление мнений и оценок, характеризующих общий характер отношений, сложившихся между подразделениями хозяйства, и частоту возникновения конфликтов между ними. За основу были взяты вопросы из анкеты А. А. Русалиновой для изучения социально-психологического климата в коллективе (Социально-психологический климат..., 1979). Опрашиваемые должны были, в частности, ответить на вопросы:

- Как часто у членов вашего коллектива возникают конфликты с представителями других подразделений колхоза? Предлагаемые варианты ответов: «часто», «время от времени», «редко», «очень редко», «совсем не бывает».
- Как бы вы оценили в целом отношения, сложившиеся у членов вашего коллектива с представителями других подразделений колхоза? Предлагаемые варианты ответов: «очень хорошие», «хорошие», «удовлетворительные», «плохие», «очень плохие».

В качестве показателей, характеризующих оценку отношений между подразделениями, рассматривались эмпирические распределения частот ответов на вопросы анкеты. Для оценки статистической значимости различий использовался критерий χ^2 .

На втором и третьем этапах исследования опрашиваемым предлагалось оценить частоту возникновения конфликтов и удовлетворенность межгрупповыми отношениями не только в целом, но и по отношению к конкретным коллективам других подразделений. Это позволило при анализе результатов выявить различия в динамике оценки отношений между подразделениями, связанными и не связанными хозяйственными договорными отношениями.

С целью проверки надежности результатов, полученных методом повторных опросов, на третьем этапе исследования в программу интервью был включен дополнительный вопрос. Опрашиваемым предлагалось оценить характер изменений в отношениях между

подразделениями колхоза в процессе перехода на арендный подряд. Предлагаемые варианты ответов были сформулированы по результатам бесед с работниками: «отношения улучшились», «отношения ухудшились», «отношения сначала улучшились, а потом ухудшились», «отношения сначала ухудшились, а потом улучшились», «отношения не изменились». При анализе учитывалось эмпирическое распределение частот ответов. Статистическая значимость различий оценивалась по критерию χ^2 .

4. Опросник Сижора

Этот опросник используется для оценки отношения индивидов к своей группе (Марищук и др., 1964, с. 69). Опрашиваемым предлагается ответить на ряд вопросов, связанных с оценкой своего положения в первичном коллективе, взаимоотношений в коллективе и отношения к работе, а также готовности перейти в другое подразделение.

Стандартный вариант опросника предполагает расчет общего индекса оценки отношения индивида к группе. Однако нас в большей степени интересовали ответы на отдельные вопросы. Опрашиваемые должны были, в частности, оценить некоторые особенности своего коллектива в сравнении с другими (см. приложение 1). Эти оценки можно рассматривать и как результаты межгруппового сравнения, и как показатели, характеризующие степень эмоциональной приверженности индивида к своей группе. Проведение опроса на всех трех этапах исследования позволило осуществить сравнительный анализ динамики ответов на отдельные вопросы. При анализе результатов в качестве показателей рассматривались эмпирические распределения частот ответов. Кроме того по каждому пункту опросника вычислялся сводный индекс, характеризующий степень предпочтения своего первичного коллектива по сравнению с другими.

5. Методика межгруппового сравнения и оценки

Методика межгруппового сравнения и оценки была разработана автором специально для данного исследования (Позняков, 1996). Она представляет собой набор неградуированных шкал, предназначенных для оценки степени выраженности определенных качеств группы (см. приложение 1). Противоположные полюса шкалы соответствуют минимальной и максимальной степени выраженности оцениваемого качества и обозначаются вербальными характеристиками. В инструкции опрашиваемому предлагается определить степень выраженности оцениваемого качества у той или иной группы (коллектива), отметив на шкале соответствующие точки. Сначала

ла опрашиваемый оценивает свою группу, а затем последовательно другие, предложенные исследователем. Число сравниваемых групп не должно быть велико (в нашем исследовании их было 5). Количество оцениваемых качеств и их содержание определяется особенностями объекта исследования и его задачами. В нашем исследовании в качестве критериев межгруппового сравнения и оценки были выбраны качества, характеризующие производственные результаты работы коллектива, добросовестность в отношении к работе, сотрудничество и взаимопомощь в коллективе, привлекательность коллектива в целом.

Выбор качеств и их названий осуществлялся на основе предложений самих работников из числа наиболее значимых, с их точки зрения, для успешной работы коллектива. Они адекватно и достаточно полно отражают реальные характеристики, используемые в повседневной жизни трудовых коллективов при оценке и сравнении своего и других подразделений. Выбор этих качеств в качестве критериев межгруппового сравнения и оценки позволил осуществить сравнительный анализ результатов, полученных по данной методике, с результатами по опроснику Сижора, где коллектив оценивается по ряду сходных критериев (отношение к работе, отношения в коллективе). Сопоставление результатов, полученных с использованием данной методики, с экспертными оценками показало ее содержательную валидность.

В качестве исходных показателей при анализе результатов рассматриваются индивидуальные оценки, характеризующие результаты сравнения своей и другой группы, которые классифицируются по категориям. Так, если опрашиваемый не может дать оценку качества одной из сравниваемых групп (своей или другой) или оценивает их одинаково, его ответы относятся к категории недифференцирующих. Если опрашиваемый при оценке своей и другой группы отдает предпочтение одной из них, его ответы относятся к категории дифференцирующих.

При анализе результатов исследования рассматривались распределения частот оценок по категориям и индексы межгрупповой дифференциации и предпочтения. Эти распределения и индексы рассчитывались по отдельным критериям сравнения (парциальные) и в среднем по всему набору критериев (глобальные) для отдельных подразделений, для выборок, выделенных в целях анализа, и для всей совокупности опрашиваемых.

На основе индивидуальных показателей рассчитываются групповые индексы. Так, относительная доля оценок, дифференцирую-

щих свою и другую группы, выступает показателем уровня межгрупповой дифференциации:

$$K_A = \frac{\sum n(+) + \sum n(-)}{N} \quad (0 < K < 1)$$

где $\sum n(+)$ – количество индивидуальных оценок, отдающих предпочтение своей группе; $\sum n(-)$ – количество оценок, отдающих предпочтение другой группе; N – общее количество опрошенных.

Характер межгруппового предпочтения определяется по формуле:

$$K_f = \frac{\sum n(+)-\sum n(-)}{\sum n(+)+\sum n(-)} \quad (-1 < K < +1)$$

Если $K > 0$, индекс характеризует степень внутригруппового предпочтения. Если $K < 0$, индекс характеризует степень предпочтения другой группы. Используя критерии полноты и согласованности индивидуальных оценок, можно определить, в какой степени средние значения индивидуальных показателей отражают мнение группы в целом. Так, в нашем исследовании средние значения индивидуальных оценок рассматривались в качестве групповых в том случае, если не менее 80% опрошенных могли оценить соответствующее качество и у своей, и у чужой группы, и не менее 80% оценивших были единодушны в сделанном выборе (предпочтении своей или чужой группы).

6. Ретроспективный опросник для оценки качественных изменений социально-психологических отношений в коллективе

Проведенный нами на предварительном этапе исследования опрос показал, что характер отношений, складывающихся как внутри первичных коллективов подразделений, так и между ними в процессе их совместной трудовой деятельности и жизнедеятельности, отражается в индивидуальном и групповом сознании в виде мнений и оценок, в которых проявляются представления отдельных работников и коллективов об этих отношениях. По своему психологическому содержанию эти мнения и оценки близки к феноменам социально-психологического климата коллектива, поскольку представляют собой отражение объективных связей и отношений, складывающихся в коллективе, в сознании представителей этих групп (Социально-психологический климат..., 1979).

В ходе предварительного исследования были выделены характеристики, наиболее часто используемые работниками для оценки отношений внутри коллективов и между подразделениями. Эти

характеристики были использованы в качестве показателей в разработанной нами методике группового оценивания. Опрашиваемым предлагалось оценить, как изменились по степени выраженности те или иные качества коллектива их подразделения за время работы в условиях арендного подряда (см. приложение 1). При статистической обработке результатов учитывалась относительная величина различий между частотами ответов и их статистическая значимость (по критерию χ^2). В случае, если различия между частотами ответов, характеризующих различные варианты оценок, оказывались статистически не значимыми на уровне $p < 0,05$, делался вывод об отсутствии изменения выраженности соответствующего качества. Если различия между частотами ответов оказывались статистически значимыми, за основу принималась оценка, характеризующаяся наибольшей частотой.

Таким образом, в исследовании изучались следующие параметры внутригрупповых и межгрупповых отношений: межгрупповое общение и взаимодействие, оценки отношений между подразделениями, результаты межгруппового оценивания и сравнения своего коллектива с другими, эмоциональная приверженность к своему коллективу, изменение качеств коллектива. Для оценки каждого из параметров использовались несколько показателей, получаемых с помощью различных методических процедур. Наконец, результаты, полученные методом повторных срезов по стандартизированным методикам, сопоставлялись с результатами ретроспективного опроса, проведенного на третьем этапе исследования. Полученные результаты подвергались как качественному, так и количественному анализу с применением методов непараметрической статистики. Такая организация исследования обеспечила достаточно высокую надежность результатов, полученных в естественных условиях жизнедеятельности коллектива. Статистическая обработка результатов осуществлялась на персональном компьютере с использованием программы «Статграф».

При изложении результатов исследования вначале приводятся данные, полученные с использованием малоструктурированных методов исследования (анализ документов, наблюдение, опрос, анализ конкретных случаев). Их основная задача – дать общую качественную характеристику объекта исследования – трудового коллектива сельскохозяйственного предприятия в условиях организационно-экономического нововведения (перехода на арендный подряд). Здесь даются характеристики той организационно-экономической и социальной среды, в которой протекают социально-психологические процессы, являющиеся главным предметом нашего исследования.

Затем приводятся результаты социально-психологического исследования, полученные с использованием более строгих и структурированных методов сбора первичной информации и позволяющие осуществить эмпирическую проверку гипотез исследования. Здесь больше внимания уделяется результатам количественного анализа данных, оценке достоверности и статистической значимости полученных результатов.

При изложении результатов исследования, полученных с использованием процедур статистического анализа, вначале приводятся данные в целом по коллективу предприятия, а затем отдельно по выборкам, включающим производственные подразделения, связанные и не связанные хозяйственными договорными отношениями. Схема организации исследования с указанием методик исследования и процедур анализа результатов представлена в таблице 1.

Таблица 1

Схема организации эмпирического исследования

№ п/п	Методики исследования	Процедуры анализа результатов на разных этапах исследования		
		I	II	III
1	Анализ производственно-экономических связей между подразделениями	+	+	
2	Программное наблюдение	+	+	+
3	Анализ документов	+	+	+
4	Стандартизированное интервью	+	++	++
5	Опросник Сижора	+	+	+
6	Межгрупповое сравнение и оценка		++	++
7	Ретроспективный опросник			+

Примечание: Знак + означает, что анализ результатов проводился в целом по всем подразделениям, знак ++ также по выборкам, включающим подразделения, связанные и не связанные договорными отношениями.

Результаты организационно-экономического анализа хозяйства показали, что наиболее существенным изменением во взаимодействии первичных коллективов при переходе на арендный подряд является заключение между ними хозяйственных договоров. Чтобы выяснить их влияние на динамику межгрупповых отношений, последние изучались между подразделениями, связанными и не связанными хозяйственными договорными отношениями. Была сформулирована эм-

пирическая гипотеза о наличии статистически значимых различий в динамике отношений между коллективами в зависимости от наличия хозрасчетных договорных отношений между соответствующими подразделениями. Для проверки этой гипотезы проводилось сравнительное изучение подразделений, связанных и не связанных договорными отношениями. Такая организация исследования позволяет рассматривать его как естественный эксперимент, каковым и является организационно-экономическое нововведение. В качестве независимой переменной при этом выступает наличие или отсутствие хозрасчетных договорных отношений между арендными подразделениями, а в качестве зависимой — социально-психологические отношения между представителями соответствующих первичных коллективов.

Организационно-экономический анализ объекта исследования и содержания нововведения

В период проведения исследования колхоз «Пробуждение» представлял собой типичное отраслевое хозяйство Нечерноземной зоны РСФСР. За ним было закреплено 3316 га сельскохозяйственных угодий, в том числе 1793 га пашни. Колхоз специализировался на растениеводстве (зерно, лен, картофель), Молочно-мясном животноводстве (в среднем 1600 голов крупного рогатого скота, в том числе 600 коров). На территории колхоза было расположено 13 деревень с максимальной удаленностью от центральной усадьбы на 9 км. В 1988 г. в колхозе действовала цеховая структура производства и управления. Колхозники были объединены по производственному принципу в цеха, которыми руководили главные специалисты и бригадиры. Цех растениеводства включал в себя тракторно-полеводческую бригаду. Цех животноводства — три бригады, обслуживающие основные фермы. Работники, выполняющие вспомогательные и обслуживающие работы, были объединены в цеха механизации и электрификации, строительства и ремонта, жилищно-коммунальные. Оплата труда механизаторов тракторно-полеводческой бригады производилась по безнарядной системе, доярок — по индивидуальной форме. С января 1989 г. в колхозе осуществлялся переход на внутрихозяйственный расчет и арендный подряд. В рамках колхоза были организованы 14 хозрасчетных арендных подразделений (кооперативов): 6 — в сфере основного производства (растениеводческой и животноводческой продукции), 5 — для обслуживания основного производства и 3 кооператива социально-бытового назначения.

К моменту перехода на арендный подряд (на 01.01.1989 г.) списочная численность колхозников составляла 204 чел. Социально-демографическая структура коллектива характеризуется преобладанием среди колхозников мужчин — 58% и значительной долей работающих в возрасте свыше 50 лет — 44%. После создания внутрихозяйственных кооперативов численность работников по подразделениям распределилась следующим образом: аппарат управления колхоза — 14 чел., производственные кооперативы — 101 чел., кооперативы инженерно-технического обслуживания — 67 чел., кооперативы бытовых услуг — 31 чел. Основными объектами исследования были производственные и обслуживающие подразделения (168 чел.). Как на этапе создания арендных подразделений, так и в процессе их работы в составе кооперативов происходили некоторые изменения, связанные с движением кадров. Количество опрошенных на разных этапах варьировалось от 121 до 134 чел. Однако при обработке результатов сравнительного анализа учитывались ответы лишь тех опрошенных, которые принимали участие на всех трех этапах исследования. Поэтому окончательная выборка составила 104 чел.

Организационно-экономический анализ изменений в коллективе при переходе на арендный подряд

Сравнительный анализ организационных структур хозяйства, а также анализ нормативных документов, регулирующих его производственную и хозяйственную деятельность, показал, что в условиях перехода подразделений колхоза на хозяйственный расчет и арендный подряд произошло существенное изменение производственно-экономических связей и отношений как внутри арендных коллективов, так и в их отношениях друг с другом и с хозяйством в целом.

Основной формой экономических взаимоотношений арендных подразделений с колхозом, а также между ними стали хозяйственные договоры, в которых юридически закрепляются взаимные обязательства сторон. В рамках этих договоров коллектив арендного подразделения получает более глубокую по сравнению с традиционными формами организации труда (бригадами, звеньями и др.) хозрасчетную самостоятельность в решении вопросов планирования и организации производства, реализации производственной продукции, распределения дохода и, соответственно, более полную экономическую ответственность за конечные результаты хозяйственной деятельности.

Организация внутрихозяйственных кооперативов предусматривает углубление производственной специализации и внутрихозяйствен-

ной кооперации. Так, в соответствии с договорами, заключенными между кооперативами, животноводческий кооператив «Федоровка» реализует кооперативу «Крева» молодняк в 6-месячном возрасте для доращивания до 12-месячного возраста. «Крева» продает бычков на откорм кооперативу «Святые», а телочек – семейному кооперативу «Ларцево» и кооперативу «Губин Угол». Растениеводческий кооператив «Федоровка» занимается выращиванием кормов для животноводческих кооперативов «Федоровка» и «Ларцево», а также производством зерна, картофеля и льна по договору с колхозом. Кооперативы «Святые», «Крева» и «Губин Угол» занимаются выращиванием кормов собственными силами.

Тесные производственно-экономические связи устанавливаются также между производственными кооперативами и кооперативами производственной инфраструктуры колхоза, которые осуществляют необходимые производственным кооперативам платные услуги по установленным внутри хозяйства и согласованным в договорах ценам. Деятельность внутрихозяйственных кооперативов основывается на углубленном внутрихозяйственном расчете. Выручка, полученная от реализации продукции (работ, услуг), возмещает материальные затраты кооператива, арендную плату и платежи в централизованные фонды колхоза. Оставшаяся часть является хозрасчетным доходом кооператива и распределяется по усмотрению коллектива на оплату труда его членов, развитие производства, социальные нужды, а также в резерв (страховой фонд).

Таким образом, переход сельскохозяйственного предприятия на арендный подряд сопровождается изменением организационной структуры коллектива, включающим в себя два взаимосвязанных процесса. Во-первых, происходит процесс выделения и обособления (в рамках основного коллектива предприятия) первичных трудовых коллективов, действующих в дальнейшем в качестве самостоятельных коллективных субъектов производственной и хозяйственной деятельности. Этот процесс разделения основного коллектива на отдельные самостоятельные группы (первичные коллективы) мы обозначаем термином «межгрупповая дифференциация». Во-вторых, устанавливаются взаимосвязи между первичными коллективами (хозрасчетными подразделениями предприятия), которые обеспечивают реализацию производственно-экономических и социальных функций как в рамках данных коллективов, так и на уровне всего предприятия в целом. Поскольку на основе этих взаимосвязей происходит объединение первичных коллективов в рамках основного коллектива предприятия, мы обозначаем этот процесс термином «межгрупповая интеграция».

Являясь закономерным следствием объективных процессов разделения и кооперации труда, межгрупповая дифференциация и интеграция в коллективе предприятия носят универсальный характер. Однако в зависимости от конкретных производственно-экономических условий специфика дифференциации и интеграции коллектива может иметь качественные различия. При традиционной форме организации производства в колхозе ведущим основанием межгрупповой дифференциации коллектива являлось разделение труда между отдельными работниками и первичными трудовыми коллективами по технологическому или функциональному направлению. Объединение работников в первичные трудовые коллективы и соответствующее обособление этих коллективов строились по принципу общности выполняемых технологических производственных операций (механизаторы, животноводы) или относительно самостоятельных функций производственного процесса (ремонт техники, снабжение запчастями и оборудованием, транспортное обеспечение, управление производством). Само выделение и обособление первичных трудовых коллективов при этом носило формально-организационный характер. Коллективы представляли собой организационно оформленные объединения наемных работников, трудовая деятельность которых организуется руководителями и специалистами хозяйства, фактически распоряжающимися средствами производства, финансами и другими ресурсами.

С переходом сельскохозяйственного предприятия на внутрихозяйственный расчет и коллективный арендный подряд производственно-технологическое и функциональное обособление подразделений предприятия дополняется их экономическим обособлением. В соответствии с договором об аренде колхоз выделяет арендному коллективу в пользование на длительный срок земельные угодья, средства производства (продуктивный скот, машины, оборудование и т. д.) и обязуется продавать коллективу семена, корма, горюче-смазочные материалы, запасные части и другие материальные ресурсы, используемые в процессе производства продукции, а также предоставляет ему кредит на приобретение необходимых материальных средств. Арендатор принимает обязательство произвести и реализовать арендодателю продукцию в объеме и по ценам, определенным в договоре. Продукция, полученная сверх договора, реализуется по усмотрению кооператива по договорным ценам или используется на собственные нужды кооператива. Арендатор обязуется производить колхозу арендную плату, взносы в централизованные фонды колхоза и подоходный налог с оплаты труда, превышающей определенный договором размер.

Сохраняя свои качественные характеристики как субъекта совместной трудовой деятельности, связанной с производством определенного продукта, арендный коллектив трансформируется в качественно новый вид субъекта экономической деятельности, связанной с распоряжением ресурсами и направленной на получение дохода (прибыли). Из субъекта наемного труда он превращается в субъект коллективного хозяйствования.

Внутрихозяйственный расчет и арендный подряд основывается на экономической обособленности и относительной хозяйственной самостоятельности подразделений предприятия, на наличии у арендных трудовых объединений своих коллективных или групповых экономических интересов. Хозрасчетные отношения предполагают равенство партнеров, взаимное признание экономических интересов, прав и обязанностей. Это отношения, предполагающие эквивалентный обмен между партнерами деятельностью или ее результатами в товарно-денежной форме. Хозрасчетные отношения между производственными партнерами должны строиться на договорной основе и эквивалентных взаиморасчетах. Они предусматривают жесткую экономическую ответственность сторон за соблюдение сроков и качество предоставления продукции. Основными документами, регулирующими взаимодействие и взаимоотношения между отдельными подразделениями, являются хозрасчетные задания. Важное значение приобретают взаимный экономический контроль и ответственность, включающие предъявление экономических претензий и предполагающие возмещение за ущерб, причиненной одним подразделением другому в результате невыполнения или некачественного выполнения работ, нарушения сроков или объемов поставки продукции. В этих условиях трудовые коллективы объективно превращаются в требовательных хозяев, заинтересованных контролеров. При этом рассогласование, а иногда и противоборство экономических интересов различных подразделений может рассматриваться как фактор межгрупповой дезинтеграции, поскольку объективно способствует разъединению и противостоянию между первичными коллективами.

Результаты организационно-экономического анализа показали, что в условиях перехода коллектива сельскохозяйственного предприятия на внутрихозяйственный расчет и арендный подряд происходит качественное изменение типа связей, лежащих в основе дифференциации первичных трудовых коллективов и их последующей интеграции. Производственно-технологические и функциональные связи, основанные на разделении и кооперации труда, дополняют-

ся экономическими, основанными на экономическом обособлении первичных трудовых коллективов и обмене между ними деятельностью или ее результатами в товарно-денежной форме. Таким образом, гипотеза о смене ведущего основания межгрупповой дифференциации и интеграции в условиях перехода коллектива на арендный подряд подтвердилась.

Глава 8

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЙ В КОЛЛЕКТИВЕ ПРИ ПЕРЕХОДЕ НА АРЕНДНЫЙ ПОДРЯД

Социально-психологические изменения в коллективе при переходе на арендный подряд

С целью более детального выявления реальных социально-психологических изменений, происходящих в первичных трудовых коллективах, на третьем этапе исследования был проведен ретроспективный опрос руководителей подразделений колхоза, специалистов и рядовых работников. Респондентов просили указать, какие изменения в работе коллектива произошли с переходом на аренду. При этом опрашиваемые должны были отметить как положительные, так и отрицательные стороны работы в новых условиях. Общее число опрошенных — 117 человек. Анализ полученных данных позволяет выявить некоторые общие тенденции изменений¹. Так, к числу позитивных опрашиваемые отнесли следующие: увеличился заработок (64%), возросла самостоятельность в работе (55%), появилось бережное отношение к земле, ресурсам, технике (37%), улучшилась организация работы (35%), улучшились отношения в коллективе (31%), выросла производительность труда (28%), улучшилась трудовая дисциплина (25%). В числе негативных изменений были названы следующие: работать стало тяжелее, увеличилась нагрузка (72%), ухудшились отношения в коллективе, конфликтов стало больше (65%), ухудшилась организация работы (45%), распределение зарплаток между подразделениями несправедливо (42%), снизилась трудовая дисциплина (29%). Полученные результаты свидетельствуют о неоднозначности, а порой и противоречивости оценки членами коллектива изменений, связанных с переходом на арендный подряд. Большинство опрошенных, наряду с позитивными сторонами арендного подряда (увеличение заработка, рост самостоятельности в работе, хозяйское

отношение к собственности), выделяют и негативные стороны работы в новых условиях (увеличение нагрузки на работе, несправедливость в распределении зарплаток, увеличение числа конфликтов в коллективе). Выявленные оценки отражают, по нашему мнению, не только общие черты, присущие арендному подряду как новой форме хозяйствования, но и конкретные особенности его реализации в исследуемом коллективе. Противоречия же, зафиксированные в ответах при оценке организации труда, трудовой дисциплины и взаимоотношений в коллективе, связаны, по нашему мнению, со спецификой реализации новых организационно-экономических условий (арендного подряда) в отдельных первичных коллективах и их отражения в групповом сознании.

Особенности формирования арендных коллективов

В ходе бесед с работниками колхоза, дополненных результатами наблюдений, нам удалось выделить ряд типичных случаев, характеризующих особенности динамики отношений в первичных коллективах хозяйства в условиях освоения арендного подряда. С социально-психологической точки зрения особый интерес представляет сам процесс формирования арендного коллектива. Наблюдались два наиболее типичных варианта. В одном случае (кооператив «Святые») группа колхозников, ранее не обязательно работавших в одной бригаде, обсудив свои интересы и возможности, а также условия, предоставляемые Законом об аренде, выступила перед администрацией колхоза с инициативой о создании в рамках колхоза производственного кооператива на арендной основе. При этом состав арендного коллектива а также наиболее общие условия договора (объем арендуемых средств производства и планируемой реализации продукции) определялся самими будущими арендаторами. Опрос членов будущего коллектива показал, что в основе их желания создать новый коллектив лежали следующие общие мотивы и цели: получить большую самостоятельность в работе, больше заработать, значительно улучшить материальные и социально-бытовые условия жизнедеятельности, создать высокоэффективное коллективное хозяйство с перспективой выкупа средств производства в совместную собственность членов коллектива и вовлечения в совместную экономическую деятельность своих детей и внуков. При этом колхозники очень тщательно и придирчиво обсуждали кандидатуры возможных членов арендного кооператива. Достаточно сказать, что в его состав вошли только 4 из 8 доярок, ранее работавших на ферме, которая стала основной произ-

¹ Представлены обобщенные варианты сходных ответов, общее количество которых превышало 25% от общей выборки опрошенных

водственной базой кооператива. А из бригады растениеводства, насчитывавшей 14 человек, в коллектив были взяты лишь 5 механизаторов. Кроме того, в бригаду были включены 2 скотника, 2 телятницы и 1 слесарь. У большинства членов в арендном коллективе есть родственники либо близкие друзья. Один из ведущих специалистов колхоза, который являлся активным инициатором создания кооператива, возглавил его. Не удивительно, что по результатам социально-психологического исследования этого коллектива, проведенного месяц спустя после заключения договора, были получены высокие оценки взаимного эмоционального предпочтения и привлекательности группы в целом для ее членов.

Таким образом, рассматриваемый нами коллектив с самого начала формировался как группа людей, объединенных не только формальной организацией и совместным производственным трудом, но и общими экономическими интересами, сходными целями совместной жизнедеятельности, тесными эмоционально-психологическими отношениями. Такой тип освоения арендных отношений, характеризующийся инициативой «снизу», отмечался в двух производственных кооперативах («Святые» и «Фёдоровка-1») и в одном вспомогательном («Теплоснабжение»). Высокая деловая активность в сочетании с высокой степенью психологической общности позволяет характеризовать эти кооперативы как коллективные субъекты совместной экономической деятельности.

При другом типе формирования арендного коллектива, который наблюдался в кооперативе «Губин Угол», инициатива его создания исходила от руководства колхоза. На общем собрании колхозников, несмотря на высказываемые некоторыми членами коллектива скептические замечания, большинство проголосовало за арендный подряд. Специалистами колхоза были проведены расчеты и подготовлены типовые договоры об аренде. Бригада перешла на арендный подряд в прежнем составе. Никто из рядовых колхозников не был осведомлен о ведении экономических расчетов. Наиболее критично настроенные работники были удовлетворены обещанием руководства, что они будут зарабатывать не меньше, чем прежде. Характерно, что некоторые из опрошенных спустя месяц после заключения договоров об аренде не знали о его условиях. Закономерно, что ни в организации производственной деятельности, ни во взаимоотношениях между членами коллектива ощутимых изменений в связи с переходом на арендный подряд не произошло. К сожалению, такой пример «перехода на арендный подряд» достаточно типичен. Как показал проведенный нами опрос, многие колхозники воспринимали «аренду»

как очередную кампанию, которая не даст ощутимых результатов. Другие, разобравшись в сущности арендного подряда и сравнивая условия предлагаемых администрацией договоров с существующими традиционными формами организации труда, не нашли в арендном подряде существенных выгод и преимуществ для себя. Они подписали договор, так как считали, что вынуждены согласиться на новые условия, поскольку их предложило и даже настаивало на их принятии руководство колхоза. Такой тип перехода на арендный подряд по инициативе сверху отмечался в производственных кооперативах «Губин Угол», «Фёдоровка-2», а также в большинстве кооперативов по обслуживанию основного производства. В этих случаях трудовые коллективы оказались в роли объектов изменения организационно-экономических условий их хозяйственной деятельности, а субъектами, инициаторами выступала администрация хозяйства.

Последующий анализ динамики жизнедеятельности арендных подразделений показал, что этап формирования арендного коллектива во многом является определяющим по отношению к дальнейшему его существованию. Так, к моменту завершения исследования (весна 1990 г.) кооперативы, созданные по инициативе самих работников, сложились как самостоятельные сплоченные коллективы единомышленников, совместно отстаивающих свои экономические и социальные интересы перед администрацией хозяйства. В перспективе члены этого кооператива планировали взять земельные угодья, постройки и технику в полную собственность, создать коллективные предприятия и установить прямые связи с партнерами. В кооперативах же, комплектование которых производилось формально, без учета интересов и желаний работников, произошло фактическое разделение на группировки по профессиональному признаку (доярки и механизаторы) и возврат к индивидуальной сельщине в организации и оплате труда. Так же неоднозначно и противоречиво проходило становление кооперативов вспомогательного производства.

Приведенные примеры показывают своеобразие трансформации новой формы хозяйствования в различных трудовых коллективах, проявляющейся как в отношении к труду, так и во взаимоотношениях между работниками. При сходстве исходных организационно-экономических условий хозяйственной деятельности отношения внутри арендных коллективов складывались по-разному в зависимости от того, как проходило их формирование. В результате в одном случае образуется коллектив единомышленников, дружный и сплоченный, а в другом — группа конкурентов, разрушаемая изнутри конфликтами и взаимной неприязнью. Вместе с тем отчетливо наблюдаются

и сходные тенденции, проявляющиеся во всех или в большинстве исследованных коллективов: усиливается взаимная требовательность, защита узкогрупповых экономических интересов (корпоративность), наблюдается увеличение числа конфликтов в отношениях между подразделениями, проявлений напряженности, а в отдельных случаях и враждебности.

Анализ конкретных случаев

Конкретное представление о характере этих отношений можно получить на основе описания *нескольких типичных ситуаций*, имевших место в хозяйстве в период исследования.

1. В период интенсивной заготовки кормов (июнь 1989 г.) в хозяйстве возникла проблема, связанная с нехваткой необходимой техники. Имеющиеся в наличии комбайны и косилки находились в распоряжении отдельных кооперативов. Техники было недостаточно для обеспечения каждого кооператива, да это и крайне нерентабельно (ведь за аренду техники надо платить). Руководство колхоза предложило на период заготовки кормов объединить усилия отдельных производственных кооперативов и создать временное комплексное звено, которое обеспечивало бы поочередную заготовку кормов на площадях всех кооперативов. Но когда стал обсуждаться вопрос об очередности обслуживания отдельных кооперативов, между ними возникли споры и разногласия, которые не удалось разрешить. В результате каждый кооператив решил сам полностью выполнять работу на своем участке для себя, хотя, по мнению экономистов, такая организация работы сопряжена с гораздо большими затратами. Основными мотивами такого решения кооперативов послужило мнение о том, что для себя, для своего подразделения колхозники заготовят корма более высокого качества.
2. В марте—апреле 1989 г. в самом начале работы в условиях арендного подряда кооператив автотранспорта выполнил большой объем работ, связанных со строительством подъездных дорог. В соответствии с утвержденными расценками кооператив получил доход в размере около 1,5 тыс. руб. на человека в месяц. По условиям договора 30% полученного дохода было сразу выплачено членам кооператива, а остальные переведены на его счет. Узнав об этом, представители производственных кооперативов поставили перед администрацией колхоза ультиматум: немедленно пересмотреть расценки оплаты труда водителей в сторону их снижения, угро-

жая в противном случае расторгнуть договор. Главный экономист совхоза убеждала правление, что эти заработки — временные, что позднее водители, выполняя основную работу в колхозе по тем же расценкам, будут зарабатывать гораздо меньше, и средний заработок у них не будет чрезмерно высоким. Тем не менее правление настояло на пересмотре расценок, и они были снижены. Тогда коллектив автотранспортного кооператива объявил несогласие с пересмотром расценок после утверждения договора и потребовал отмены решения правления. Получив отказ, водители объявили забастовку и 6 дней не выходили на работу. Этим решением водители поставили в крайне трудное положение производственные кооперативы и администрацию колхоза, которой пришлось искать транспорт в других организациях. Возникший конфликт привел к резкому усилению враждебности и конфронтации в отношениях между водителями и другими подразделениями колхоза, которая сохранялась на протяжении всего периода исследования.

3. Производственный кооператив «Фёдоровка-1» специализировался на выращивании молодняка КРС до 6-месячного возраста. Остальные животноводческие кооперативы поставляли ему телят в месячном возрасте. В этот период телят отпаивают молоком, что связано с дополнительными расходами. И вот председатель «Фёдоровки-1» отказывается принимать телят у кооператива «Крева», мотивируя это тем, что все места в телятнике заняты. Кооператив «Крева» потерпел дополнительные убытки, связанные со сверхплановым перерасходом молока, и потребовал их возмещения от «Фёдоровки-1». Возникший спор перерос в конфликт, в результате которого «Крева» разорвала договор с «Фёдоровкой-1». Кооператив принял решение выращивать телят у себя, хотя экономически это менее выгодно, так как у «Кревы» нет необходимых для этого условий.

В заключение приводим несколько *типичных высказываний* колхозников, зафиксированных в ходе интервью на II и III этапах исследования и характеризующих отношения между арендными коллективами.

- «Живем тут как кошки с собаками, все время лаемса между собой, да делим шкуру неубитого медведя» (К. П. — доярка).
- «Разбрелись каждый по своим углам и не видим друг друга, только на собраниях кричим да спорим» (М. П. — агроном).
- «Разошлись по кооперативам, и каждый тянет рваное одеяло на себя, думает, что так теплее будет» (В. Д. — телятница).

- «Каждый (коллектив. — В. П.) теперь думает только о своей выгоде, а до общих забот никому дела нет, школа лет десять без ремонта стоит, клуб разваливается» (Т. Л. — экономист).
- «Раньше вся техника под открытым небом валялась, бери, чего хочешь, а теперь не только свое прячут, но и друг у друга прихватить норвят» (А. Ф. — механизатор).
- «Зависть все дело губит, каждый теперь в зарплату не в свою ведомость смотрит, а сколько в других кооперативах зарабатывают. И не дай бог больше — сразу в крик» (Г. Л. — электрик).
- «Раньше дружно жили, а теперь только и разговоров, у кого какой доход» (А. К. — механизатор).
- «Порядка в колхозе стало больше. Каждый кооператив сем за себя отвечает. И требовательность возросла, теперь ведь за всякую работу свои денежки платим» (З. С. — механизатор).

Приведенные примеры показывают также, что напряженность, возникающая в отношениях между подразделениями, затрудняет нормальную работу всего коллектива и препятствует успешному осуществлению нововведения, т. е. социально-психологические феномены, в данном случае межгрупповые отношения, оказывают прямое воздействие на ход и результаты экономических изменений.

Приведенные выше результаты наблюдения и бесед, описание конкретных случаев и характеристики отдельных коллективов во многом носят описательный характер, и сделанные на их основе выводы могут показаться недостаточно убедительными и обоснованными. Поэтому мы считаем необходимым дополнить и проверить их результатами социально-психологического исследования, которые содержат количественно-качественный анализ строго определенных эмпирических показателей.

Динамика социально-психологических отношений в арендных коллективах

Групповые оценки динамики выраженности качеств арендных коллективов

В ходе ретроспективного опроса, проведенного на третьем этапе исследования, опрашиваемые должны были оценить, как изменились отдельные качества их первичного коллектива за время работы в условиях арендного подряда. При статистической обработке результатов учитывалась относительная величина различий между частотами от-

ветов и их статистическая значимость (по критерию χ^2). В случае, если различия между частотами ответов, характеризующих различные варианты оценок, оказывались статистически не значимыми на уровне $p < 0,05$, делался вывод об отсутствии изменения выраженности соответствующего качества. Если различия между частотами ответов оказывались статистически значимыми, за основу принималась оценка, характеризующаяся наибольшей частотой.

Анализ результатов опроса, представленных в таблице 1, показывает, что, прежде всего работники отмечают усиление степени выраженности таких характеристик, как защита интересов своего коллектива (74%), требовательность к работе других подразделений (65%), сотрудничество и взаимопомощь в коллективе (64%), производственные результаты работы (57%), сплоченность, дружность коллектива (54%), добросовестное отношение к работе (52%), взаимная требовательность (51%), ответственность за выполняемую работу (48%), оперативность в работе (48%). Вместе с тем значительная часть опрошенных отметила уменьшение степени выраженности в своих коллективах таких качеств, как сотрудничество с другими коллективами (52%), оказание помощи другим коллективам (53%), согласование спорных вопросов с другими коллективами (46%), доброжелательность по отношению к другим коллективам (43%). По целому ряду качеств большинство опрошенных отметили отсутствие изменений в коллективе. В их числе профессиональное мастерство (75%), предприимчивость (73%), трудолюбие (62%), хозяйское отношение к делу (60%), работоспособность (57%). По остальным качествам различия в оценках оказались статистически незначимыми. Полученные результаты дают представление о качественных изменениях в социально-психологических отношениях как внутри арендных подразделений, так и между ними.

Значительная часть опрошенных отмечает усиление степени выраженности в коллективах взаимной требовательности и ответственности, взаимопомощи и сотрудничества, заботы об интересах своего коллектива, его привлекательности. Это позволяет говорить о том, что в условиях арендного подряда происходит усиление процессов внутригрупповой интеграции в первичных трудовых коллективах.

Эти результаты согласуются с данными, полученными с использованием других методик (см. результаты, изложенные выше). При этом обнаружилось качественное различие в распределении оценок между отдельными коллективами. Так, в трех кооперативах, выделенных нами ранее в качестве инициативных субъектов изменения формы собственности, большинство опрошенных отметили возрастание вы-

Таблица 1

Групповые оценки динамики выраженности качеств коллективов подразделений в условиях перехода на арендный подряд (N = 134)

№ п/п	Оцениваемое качество	Оценка характера изменения качества коллектива		
		Возросло	Осталось прежним	Уменьшилось
1	Профессиональное мастерство	19	101	14
2	Качество выполнения работы	54	56	19
3	Оперативность (выполнение работы в срок)	64	41	29
4	Хозяйское отношение к делу	42	81	11
5	Предприимчивость	24	99	11
6	Работоспособность	30	76	28
7	Трудолюбие	23	82	29
8	Добросовестность в отношении к работе	69	46	20
9	Сотрудничество и взаимопомощь в коллективе	85	37	12
10	Сплоченность, дружность коллектива	72	41	21
11	Организованность в работе	36	61	37
12	Ответственность за выполняемую работу	54	62	18
13	Доброжелательность	54	29	51
14	Взаимная требовательность	68	41	25
15	Сотрудничество с другими коллективами	23	42	69
16	Защита интересов своего коллектива	99	18	17
17	Требовательность к работе других подразделений	87	28	19
18	Оказание помощи другим коллективам	24	39	71
19	Доброжелательность по отношению к другим коллективам	17	59	58
20	Согласование спорных вопросов с другими коллективами	23	49	62
21	Производственные результаты	76	43	15
22	Привлекательность коллектива в целом	55	61	18

раженности таких качеств, как хозяйское отношение к делу, организованность в работе, взаимная требовательность и ответственность. Эти результаты существенно отличаются от данных по выборке в целом. В тех коллективах, где создание арендных кооперативов проводилось формально, выраженность этих качеств осталась прежней или даже уменьшилась. Эти данные свидетельствуют о том, что динамика социально-психологических характеристик коллективного субъекта экономической деятельности не является простым следствием организационно-экономических изменений, но определяется взаимодействием экономических и социально-психологических факторов, в частности, отношением членов коллектива к происходящим изменениям и их готовностью к работе в новых условиях.

Что касается оценки характера отношений с другими коллективами и их динамики в условиях арендного подряда, то большинство респондентов отмечают возрастание требовательности к работе других подразделений, ответственности за выполненную работу, защиты интересов своего коллектива. Вместе с тем отмечается снижение сотрудничества с другими коллективами, оказания помощи другим подразделениям, доброжелательности по отношению к представителям других коллективов, согласования спорных вопросов между подразделениями. Полученные данные свидетельствуют о проявлении корпоративных тенденций в исследуемых коллективах, связанных с доминированием узкогрупповых целей и интересов. Эти тенденции отчетливо проявились во взаимодействии между кооперативами, связанными друг с другом хозяйственными договорными отношениями. Мы рассматриваем эти данные как отражение в сознании представителей первичных коллективов процессов внутригрупповой интеграции и межгрупповой дезинтеграции в условиях осуществления данного организационно-экономического нововведения.

Динамика эмоциональной приверженности к своему коллективу

В ходе проведения эмпирического исследования было высказано предположение, что в условиях перехода на арендный подряд в коллективах арендных подразделений будет отмечаться усиление эмоциональной приверженности работников своему коллективу, которую мы рассматривали как одно из проявлений внутригрупповой интеграции. Эмпирическая проверка этой гипотезы осуществлялась в ходе стандартизированного интервью. С этой целью использовался модифицированный опросник Сишора (см.: Маришук и др., 1964, с. 69). Этот опросник используется для оценки отношения индиви-

дов к своей группе. Опрашиваемым предлагается ответить на ряд вопросов, связанных с оценкой своего положения в первичном коллективе, взаимоотношений в коллективе и отношения к работе а также готовности перейти в другое подразделение. Стандартный вариант опросника предполагает расчет общего индекса оценки отношения индивида к группе. Однако нас в большей степени интересовали ответы на отдельные вопросы. Опрашиваемые должны были, в частности, оценить некоторые особенности своего коллектива в сравнении с другими. Эти оценки можно рассматривать и как результаты межгруппового сравнения, и как показатели, характеризующие степень эмоциональной приверженности индивида к своей группе. При анализе результатов в качестве показателей рассматривались эмпирические распределения частот ответов. Кроме того, по каждому пункту опросника вычислялся сводный индекс, характеризующий степень предпочтения своего первичного коллектива по сравнению с другими. Методика применялась на всех трех этапах исследования, что позволило осуществить сравнительный анализ динамики ответов на отдельные вопросы. Значения сводных индексов представлены в таблице 2.

Таблица 2

Значения сводных индексов, характеризующих эмоциональную приверженность работников к своему коллективу на разных этапах исследования

№	Содержание вопросов	Этапы исследования			
		1	2	3	X
1	Оценка принадлежности к коллективу	0,77	1,37	1,01	1,05
2	Прогноз членства в коллективе	0,67	1,02	0,69	0,79
3	Оценка взаимоотношений на работе	0,31	0,54	0,35	0,40
4	Оценка взаимоотношений вне работы	0,36	0,30	0,33	0,33
5	Оценка взаимоотношений коллектива с администрацией	-0,04	-0,04	-0,03	-0,04
6	Оценка отношения к работе	0,51	0,76	0,43	0,57

При ответе на первый вопрос опрашиваемый оценивал свою принадлежность к первичному коллективу. По всей выборке от I ко II этапу исследования средний индекс оценки увеличился с 0,77 до 1,37, а затем к III этапу уменьшился до 1,01. Различия в распределении частот

тот ответов статистически значимы между I и II этапом исследования на уровне $p < 0,01$, между II и III этапом — на уровне $p < 0,05$. Различия между результатами I и III этапов статистически незначимы. Аналогичная динамика наблюдается и в ответах на вопрос о желании перейти работать в другой коллектив. Средний индекс оценки приверженности своему коллективу, увеличился от I ко II этапу с 0,67 до 1,02, а затем снизился к III этапу до 0,69. Однако различия в распределении частот ответов на данный вопрос по критерию χ^2 статистически не значимы. Динамика оценок при ответах на эти вопросы показывает, что от первого ко второму этапу исследования произошло резкое увеличение числа оценок, которые позитивно характеризуют принадлежность работников к своему коллективу, а от второго этапа к третьему — их понижение, хотя и не столь резкое, практически до исходного уровня.

Ответы на вопросы 3–6 отражают результаты сравнения своего коллектива с другими подразделениями хозяйства. Результаты опроса, представленные в таблицах 1–2, показывают, что на всех этапах исследования проявляется эффект внутригруппового предпочтения. Опрашиваемые оценивают взаимоотношения в своем коллективе и отношение к работе выше, чем в большинстве других коллективов. Вместе с тем отмечаются различия в степени выраженности эффекта внутригруппового предпочтения по разным критериям. Выше всего этот эффект по критерию «отношение к работе» (0,57), затем «отношения в коллективе на работе» (0,40) и, наконец, «отношения вне работы» (0,33). По критерию «отношения с администрацией» более высоко оцениваются другие подразделения (-0,04). Полученные данные согласуются с выводами исследования И. Р. Сушкова о том, что некоторая переоценка качеств группы членства по степени ее эмоциональной привлекательности свидетельствует об эмоциональной приверженности индивидов к группе и является необходимым условием существования любой общности (Сушков, 1988, с. 146).

Показатели внутригруппового предпочтения при оценке взаимоотношений в коллективе и отношения к работе в целом по выборке несколько увеличиваются на втором этапе исследования (сразу после создания арендных подразделений), но затем снижаются практически до прежнего уровня. Наиболее динамичным оказался индекс, характеризующий предпочтение по критерию «отношение к работе». Здесь различия в распределении частот ответов статистически значимы для всех этапов исследования на уровне $p < 0,01$. По критерию «отношения в коллективе на работе» различия в распределении частот ответов также значимы на уровне $p < 0,05$ для I и II этапов и на уров-

не $p < 0,01$ для II и III этапов исследования. Различия между ответами, полученными на I и III этапах исследования, статистически незначимы. По критерию «отношения вне работы» различия между II и III этапом исследования значимы на уровне $p < 0,05$. В остальных случаях различия в оценках по критериям «отношения вне работы» и «отношения коллектива с администрацией» оказались статистически незначимыми. На наш взгляд, эти данные свидетельствуют о том, что отношение к работе и взаимоотношения на работе в большей степени подвержены изменениям в условиях перехода коллективов на арендный подряд, чем отношения членов коллектива вне работы и их отношения с администрацией предприятия. С другой стороны, именно они в наибольшей степени определяют общую приверженность индивида к группе как результат межгруппового сравнения и оценки.

Неоднозначный характер динамики эмоциональной приверженности работников своему коллективу связан с тем, что совместная деятельность в условиях возросшей экономической ответственности за ее результаты порождает высокую социально-психологическую напряженность в отношениях между членами коллектива. Последняя усугубляется недостаточной самостоятельностью арендных коллективов в экономической деятельности. Если работникам не удается совместно преодолеть возникшие трудности и добиться ощутимых экономических результатов, привлекательность коллектива для его членов снижается. Такая «маятниковая» динамика отношений в коллективе наиболее отчетливо проявилась в коллективах, где переход на арендный подряд осуществлялся формально и где не произошло радикальных изменений в отношении к работе. Временное усиление сплоченности быстро сменилось здесь снижением привлекательности коллектива. В коллективах же, которые отличались высокой степенью субъектности (самостоятельности, активности, психологического единства) при переходе на новые условия хозяйствования отмечалось сохранение высокого уровня приверженности к своему коллективу даже в неблагоприятных условиях. Таким образом, осуществление организационно-экономического нововведения, связанного с изменением форм собственности, сопровождается интенсивным взаимодействием экономических и социально-психологических факторов. При этом на разных этапах осуществления нововведения причинно-следственные отношения между ними меняются. На этапе создания арендных коллективов решающую роль играют такие социально-психологические факторы, как отношение к изменению формы собственности и психологическая готовность к работе в но-

вых условиях. Они во многом определяют характер экономической деятельности коллективных субъектов и ее результаты. Совместная экономическая деятельность в изменившихся условиях оказывает влияние на характер психологических отношений в коллективах и между ними, а сами изменившиеся отношения влияют на ход экономических изменений. На этапе реализации новых отношений собственности в совместной хозяйственной деятельности групповых субъектов экономические факторы (в данном случае результаты хозяйственной деятельности) вновь выступают факторами детерминации социально-психологических феноменов (в данном случае психологических отношений группового субъекта экономической деятельности).

Динамика отношения работников к разным формам организации их труда

Программой исследования предусматривалось выявление на разных этапах исследования потенциальной готовности работников к работе в составе коллектива своего подразделения и предприятия в целом (прогноз участия). Эту готовность мы рассматривали как один из показателей приверженности работников к своему первичному и основному коллективу. Для изучения прогноза участия в программу интервью был включен вопрос: «Если бы вам предложили самому выбрать форму организации вашего труда, какой бы из предложенных ниже вариантов вы выбрали?». Варианты ответов и распределение частот ответов представлены в таблице 3. Косвенная форма постановки вопроса (опрашиваемых спрашивали не об отношении к коллективу, а о выборе форм организации труда) должна была способствовать большей откровенности и непредвзятости ответов. Варианты ответов 5 и 6 были предложены отдельными работниками в ходе проведения опроса на I этапе. Поэтому они использовались только на II и III этапах исследования.

Сравнительный анализ отношения к различным вариантам организации труда в разных подразделениях показал, что в коллективах, которые были сформированы с учетом желания работников вести совместную экономическую деятельность, отмечалось устойчивое предпочтение работать в своем коллективе. В тех же коллективах, которые создавались формально, без учета желаний и интересов работников, наблюдались существенные различия в отношении к тем или иным вариантам организации труда, свидетельствующие об отсутствии психологической общности по этому критерию.

Таблица 3

Отношение работников к различным вариантам организации их труда в коллективе (% к числу опрошенных)

№	Варианты ответов	Этапы исследования		
		I	II	III
1	Хотел бы работать в колхозе в своем коллективе (бригаде, подразделении)	36	55	28
2	Хотел бы работать в колхозе, но перейти в другой коллектив	32	11	22
3	Хотел бы работать в колхозе индивидуально (перейти на индивидуальный или семейный подряд)	21	14	11
4	Хотел бы уволиться из колхоза	11	10	6
5	Хотел бы выйти из колхоза и вести индивидуальное (семейное) хозяйство	–	7	12
6	Хотел бы вместе со своим кооперативом выйти из состава колхоза	–	3	21
	Итого	100	100	100

Полученные результаты отражают социально-психологические процессы дифференциации и интеграции, протекающие в коллективе в условиях перехода на арендный подряд. Происходит снижение приверженности к основному коллективу колхоза в целом с 89% до 61% (суммы частот выборов ответов 1–3). Желание работать индивидуально или вести семейное хозяйство (варианты ответов 3 и 5 в сумме) возрастает, хотя и незначительно с 21% до 23%. При этом происходит увеличение числа желающих вести индивидуальное хозяйство вне рамок колхозов, т. е. стать фермером (вариант 5) с 7% на втором этапе до 12% на третьем этапе исследования. Однако предпочтение коллективных форм организации труда преобладает на всех этапах исследования.

Приверженность работников к своему первичному коллективу (сумма ответов 1 и 6) в целом значительно повышается от I ко II этапу исследования с 36% до 58%, а затем, на III этапе исследования ее выраженность несколько снижается до 49%. Соответственно, сначала уменьшается с 32% до 11%, а затем увеличивается до 22% число желающих перейти в другой коллектив. И, наконец, резко, в 7 раз, от II к III этапу увеличивается число работников, стремящихся к полному обособлению своего первичного коллектива и выходу из колхоза (вариант 6).

Таким образом, наблюдаются отчетливые тенденции дезинтеграции, т. е. снижения привлекательности для работников основного коллектива (колхоза). Вместе с тем сохраняется высокая приверженность работников в целом к коллективной форме организации труда и к своему первичному коллективу. Она в значительной степени связана с тенденцией к полному организационно-экономическому обособлению первичных коллективов и их выделению из рамок колхоза в качестве самостоятельных хозяйственных единиц.

В целом эти результаты совпадают с данными, полученными с использованием других методик, что подтверждает надежность полученных результатов и делаемых на их основе выводов о динамике процессов внутригрупповой интеграции, межгрупповой дезинтеграции и их соотношении. Исходя из результатов исследования реальной перспективой экономических изменений в сельскохозяйственном производстве является дальнейшее повышение производственно-экономической самостоятельности первичных кооперативов, а при желании – и отдельных работников. Это означает становление их в качестве полных и реальных субъектов собственности на землю и средства производства, а также установление между ними прямых товарно-денежных отношений, регулируемых спросом и предложением. При этом объединение индивидуальных и коллективных субъектов собственности и хозяйственной деятельности будет возможно только на основе взаимной выгоды и свободы выбора организационных форм этого объединения.

Эти данные свидетельствуют также о появлении в сельских общностях нового критерия межгрупповой дифференциации, связанного с выбором формы собственности в экономической деятельности (индивидуальной или коллективной). Фактически речь идет о появлении новых социальных групп на селе – фермеров, кооператоров. При этом становление этих новых социальных групп во многом определяется социальным выбором субъектов хозяйственной деятельности, который, в свою очередь, зависит от таких социально-психологических факторов, как психологические отношения субъектов к новым формам собственности и экономической деятельности, оценки благоприятности внешних условий для реализации этого выбора и собственной готовности к работе в новых экономических условиях. Анализ этих процессов стал целью наших последующих исследований (см. раздел 4).

Глава 9

ИЗМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ АРЕНДНЫМИ КОЛЛЕКТИВАМИ

Изменения в межгрупповом общении и взаимодействии

Для изучения проявлений социально-психологических отношений в межгрупповом общении и взаимодействии использовалось контролируемое наблюдение. Наблюдение осуществлялось на заседаниях правления колхоза, в которых обычно принимали участие председатели или члены правления кооперативов. В основу методики была положена схема контролируемого наблюдения, предложенная Р. Бейлзом (1950) (см.: Кузьмин, 1967, с. 31). Фиксировалось число позитивных и негативных реакций по отношению к представителям других подразделений в единицу времени (один час). Содержание выступлений и высказываний (в том числе и реплик) анализировалось с точки зрения частоты проявления в них следующих позитивных реакций: согласия с мнением представителей других подразделений, поддержки их позиции, выражения готовности помочь, одобрения и т. п. К негативным реакциям относились: несогласие с мнением представителей других подразделений, критика позиции других, отказы в помощи им, проявления враждебности и т. п. Реакции фиксировались двумя наблюдателями независимо друг от друга. По окончании заседания протоколы наблюдений сравнивались и в итоговый протокол включались лишь те реакции, по которым у наблюдателей совпадали оценка наличия данной реакции и ее качественная характеристика как позитивной или негативной. За единицу анализа (позитивную или негативную реакцию) принималось одно выступление, высказывание или реплика с оценочным суждением в адрес представителя другого подразделения или коллектива в целом.

На первом этапе исследования было осуществлено 3 наблюдения общей продолжительностью 5,25 часа, на втором этапе также 3 наблюдения общей продолжительностью 4,5 часа, а на третьем этапе 4 наблюдения общей продолжительностью 6,5 часа. Общее чис-

ло реакций – позитивных и негативных отдельно – суммировалось за весь период наблюдения в течение одного этапа исследования и делилось на длительность наблюдения (с точностью до 1/4 часа). При анализе результатов рассматривалось соотношение указанных показателей на разных этапах исследования. В качестве критерия оценки статистической значимости результатов использовался биномиальный критерий.

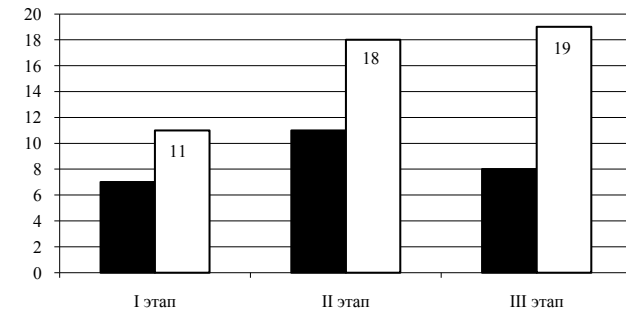


Рис. 1. Отношение числа позитивных (левый столбец) и негативных (правый столбец) реакций по отношению к представителям других подразделений на разных этапах исследования

Анализ данных, представленных на рисунке 1, показывает, что общее соотношение числа негативных и позитивных реакций сохраняется на протяжении всех трех этапов исследования и характеризуется преобладанием числа негативных реакций над позитивными. Однако степень этого преобладания постепенно увеличивается, на III этапе исследования различия по частоте негативных и позитивных реакций становятся статистически значимыми на уровне $p < 0,05$. Одновременно увеличивается суммарная частота проявления эмоционально окрашенных реакций по отношению к представителям других групп (от I ко II этапу исследования).

На рисунке 2 представлены результаты анализа документов (протоколов заседаний правления колхоза и комиссии по трудовым спорам). В качестве показателей рассматривалось количество взаимных жалоб и претензий подразделений, зафиксированных в указанных документах за время исследования (по кварталам и в целом за год). За единицу анализа принималась запись в протоколе, содержащая жалобу, претензию или иск одного подразделения по отношению к другому по поводу одного события (нарушения договорного обязательства). Если протокол содержал несколько записей, относящихся

к различным событиям, объектам жалоб или претензий, каждая запись фиксировалась как единица. Соответствие записей реальным событиям хозяйственной деятельности (наличие претензий) проверялось в беседе со специалистами и руководителями подразделений. Количество записей фиксировалось по кварталам и в целом за год. Статистическая значимость различий результатов за 1988 и 1989 гг. оценивалась с помощью биномиального критерия.

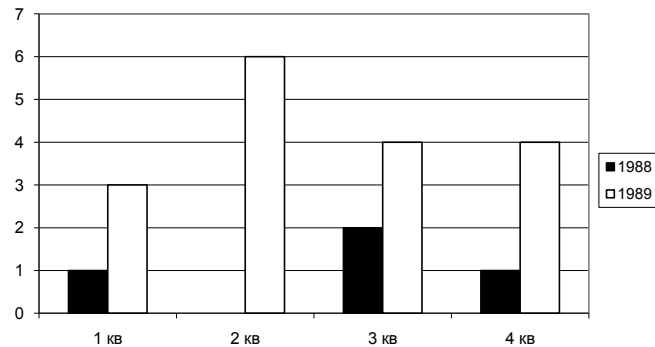


Рис. 2. Количество взаимных жалоб и претензий подразделений хозяйства, зафиксированных в протоколах заседаний правления колхоза и комиссии по трудовым спорам

Полученные результаты свидетельствуют о проявлении двух тенденций в динамике показателей межгруппового общения и взаимодействия. С одной стороны, происходит общая активизация процессов межгруппового общения и взаимодействия, проявляющаяся в увеличении частоты актов взаимодействия. Эту тенденцию можно рассматривать как проявление усиления взаимосвязанности и взаимозависимости отдельных подразделений в условиях перехода на арендный подряд и установления прямых хозяйственных отношений между ними, т. е. как тенденцию к межгрупповой интеграции. С другой стороны, происходит усиление соперничества, конфликтности, а в отдельных случаях и враждебности в межгрупповом общении и взаимодействии. Об этом свидетельствует резкое увеличение числа негативных реакций, конфликтов и споров. В целом полученные результаты подтверждают, что в условиях перехода подразделений сельскохозяйственного предприятия на арендный подряд происходят качественные изменения социально-психологических отношений как внутри коллективов арендных подразделений, так и между ними. Эти изменения проявляются в поведении и взаимодействии

членов арендных коллективов и отражаются в мнениях и оценках представителей соответствующих групп.

Сопоставление общей динамики оценок, характеризующих приверженность индивида к группе, и динамики оценок межгрупповых отношений показывает существенные различия между ними. Для оценок отношений между подразделениями характерно сохранение одной устойчивой тенденции на протяжении всего исследования. Оценки, характеризующие приверженность индивидов к группе, отличаются более сложной динамикой, которая характеризуется некоторым усилением приверженности к группе на втором этапе исследования и ее снижением практически до прежнего уровня на третьем этапе.

Изменения социально-психологических отношений между арендными коллективами

Изменения в оценках характера отношений между подразделениями

Для исследования особенностей отражения межгрупповых связей и отношений в сознании представителей соответствующих групп использовалось стандартизированное интервью. В программу исследования были включены вопросы, направленные на выявление мнений и оценок, характеризующих общий характер отношений, сложившихся между подразделениями хозяйства, и частоту возникновения конфликтов между ними. За основу были взяты вопросы из анкеты А. А. Русалиновой для изучения социально-психологического климата в коллективе (Социально-психологический климат..., 1979).

Сравнение распределений ответов, характеризующих частоту возникновения конфликтов между подразделениями, полученных на разных этапах исследования, показывает относительное увеличение доли ответов, свидетельствующих о том, что конфликты между подразделениями происходят часто или время от времени (14 ответов – на I этапе исследования, 19 – на II, 38 – на III). Одновременно уменьшается доля ответов, выражающих мнение о том, что конфликты между подразделениями происходят редко, очень редко или их совсем не бывает (90 – на первом этапе, 85 – на втором, 66 – на третьем). Эти результаты свидетельствуют о том, что отношения между подразделениями на II и III этапе исследования оцениваются их представителями как более конфликтные.

Таблица 1

Распределение частот ответов при оценке частоты конфликтов в отношениях между подразделениями на разных этапах исследования (N = 104)

Этап исследования	Оценка частоты конфликтов (в абсолютных значениях)				
	часто	время от времени	редко	очень редко	совсем не бывает
I	0	14	6	13	71
II	9	10	11	18	56
III	24	14	18	17	31
Всего	33	38	35	48	158

Различия в распределениях частот ответов между результатами I и II, II и III этапов исследования статистически значимы по критерию Пирсона χ^2 на достаточно высоком уровне ($p < 0,01$), а между результатами I и III этапов – на очень высоком уровне ($p < 0,001$), т. е. по оценкам самих работников частота конфликтов в отношениях между подразделениями возрастает как в период перехода на арендный подряд, так и после года работы в новых организационно-экономических условиях.

Сравнение распределения частот ответов, оценивающих характер отношений между подразделениями, полученных на разных этапах исследования, показывает относительное уменьшение числа ответов, характеризующих отношения между подразделениями как очень хорошие, хорошие и удовлетворительные (91 на I этапе, 76 – на II, 72 – на III) и увеличение числа ответов, характеризующих эти отношения как плохие и очень плохие (соответственно: 13, 28 и 32). Эти результаты свидетельствуют о снижении общего уровня удовлетворенности отношениями между подразделениями. Различия между результатами I и II этапов исследования значимы по критерию «хи-квадрат» на уровне $p < 0,1$, для II и III этапов различия значимы на уровне $p < 0,05$, и для I и III этапов – на уровне $p < 0,01$. Вместе с тем анализ коэффициентов линейной регрессии и коэффициентов ранговой корреляции указывает на наличие качественной связи между распределениями частот ответов.

Эти данные свидетельствуют о том, что качественные изменения в степени удовлетворенности межгрупповыми отношениями, происшедшие от I к III этапу исследования, не столь ярко выражены, как в оценке частоты конфликтов. Это может быть интерпретировано как инерционность, отсроченность во времени социально-психоло-

Таблица 2

Распределение частот ответов при оценке общего характера отношений между подразделениями на разных этапах исследования (N = 104)

Этап исследования	Оценка характера отношений (в абсолютных значениях)				
	Очень хорошие	Хорошие	Удовлетворительные	Плохие	Очень плохие
I	0	37	54	11	2
II	0	32	44	26	2
III	6	28	38	24	8
Всего	6	97	136	61	12

гических эффектов динамики межгрупповых отношений на уровне их осознания. Другое возможное объяснение состоит в том, что оценка межгрупповых отношений как хороших или плохих, удовлетворительных или неудовлетворительных непосредственно не связана с оценкой частоты возникновения конфликтов между подразделениями.

Отмеченные изменения в оценках характера межгрупповых отношений и частоты возникновения конфликтов между подразделениями, свидетельствующие о проявлении тенденции дезинтеграции в межгрупповых отношениях, в целом сохраняются на протяжении всего периода исследования. Мы предполагали, что ухудшение межгрупповых отношений (эффект межгрупповой дезинтеграции), сопровождающее осуществление организационно-экономического нововведения в коллективе, носит временный характер и в процессе работы в новых условиях сменится межгрупповой интеграцией – отношениями сотрудничества, взаимопомощи, доброжелательности. Однако эта гипотеза не подтвердилась. Результаты исследования показывают, что в течение года работы в условиях арендного подряда существенного улучшения в оценках работниками отношений между арендными подразделениями не произошло. Возникнув первоначально как следствие изменения организационно-экономических условий совместной экономической деятельности, изменения в социально-психологических феноменах межгрупповых отношений проявились как достаточно устойчивые во времени, инерционные феномены. При этом, как показывают результаты анализа, в ряде случаев социально-психологические феномены межгрупповой дезинтеграции сами выступали в роли факторов детерминации экономического взаимодействия.

С целью проверки надежности результатов, полученных методом повторных опросов, на III этапе исследования в программу интервью был включен дополнительный вопрос. Опрашиваемым предлагалось оценить характер изменений в отношениях между подразделениями колхоза в процессе перехода на арендный подряд. Предлагаемые варианты ответов были сформулированы по результатам бесед с работниками: «отношения улучшились», «отношения ухудшились», «отношения сначала улучшились, а потом ухудшились», «отношения сначала ухудшились, а потом улучшились», «отношения не изменились». В качестве показателей, характеризующих оценку отношений между подразделениями и их динамику, рассматривались эмпирические распределения частот ответов на вопросы анкеты. Для оценки статистической значимости различий использовался критерий Пирсона χ^2 .

Результаты опроса показывают, что большинство опрошенных (55%) считает, что в условиях перехода на арендный подряд отношения между первичными коллективами подразделений ухудшились, 13% ответивших считают, что отношения не изменились, и лишь 27% отмечают улучшение отношений. Однако большинство из них (21%) считает, что отношения сначала все-таки ухудшились и лишь позднее улучшились. Различия частот ответов по критерию χ^2 статистически значимы на уровне $p < 0,01$. Эти данные согласуются с результатами общей оценки межгрупповых отношений в коллективе и подтверждают сделанный нами вывод о появлении феноменов межгрупповой дезинтеграции в условиях осуществления организационно-экономического нововведения, связанного с изменением формы собственности.

В целом полученные результаты свидетельствуют о том, что в условиях перехода подразделений сельскохозяйственного предприятия на арендный подряд происходят качественные изменения социально-психологических отношений как внутри коллективов арендных подразделений, так и между ними. Эти изменения проявляются в поведении и взаимодействии членов арендных коллективов и отражаются в мнениях и оценках представителей соответствующих групп.

Сопоставление общей динамики оценок, характеризующих приверженность индивида к группе, и динамики оценок межгрупповых отношений показывает существенные различия между ними. Для оценок отношений между подразделениями характерно сохранение одной устойчивой тенденции на протяжении всего исследования. Оценки, характеризующие приверженность индивидов к группе, отличаются более сложной динамикой, некоторым усилением

приверженности к группе на II этапе исследования и ее снижением практически до прежнего уровня на III этапе.

Соотношение показателей, характеризующих социально-психологические процессы на внутригрупповом и межгрупповом уровнях, оказывается неоднозначным. В частности, эффект внутригруппового предпочтения, отражающий эмоциональную приверженность индивидов к своей группе, по-видимому, нельзя однозначно связывать с характером межгрупповых отношений. Отмеченные различия в динамике мы обозначаем как проявление *гетерохронности* социально-психологических отношений в трудовом коллективе на внутри- и межгрупповом уровнях.

Результаты межгруппового сравнения и оценки

Одной из задач исследования был анализ того, как сказывается изменение характера межгрупповых отношений на результатах межгруппового сравнения и оценки. Межгрупповое сравнение и оценка проводились в коллективах производственных арендных подразделений в виде двух последовательных срезов на II этапе исследования, т. е. непосредственно после создания арендных коллективов и заключения договоров, и на III его этапе, т. е. через год после начала работы в новых условиях. Использовалась специально разработанная оригинальная методика межгруппового сравнения и оценки, сочетающая технику попарного сравнения и оценку групповых качеств (отношений) с помощью зрительно-аналоговой шкалы (см.: Позняков, 1996).

Сводные показатели представлены в таблице 3. Строки таблицы содержат эмпирические распределения частот ответов, соответствующих различным вариантам межгруппового сравнения и оценивания. Анализ результатов показывает, что на обоих этапах исследования наибольшая доля ответов отражает предпочтение опрашиваемыми своего коллектива. При этом от первого среза ко второму доля таких ответов увеличивается с 45,6% до 55,9%. Вместе с тем от первого ко второму срезу увеличивается с 13,0% до 23,8% и доля ответов, в которых предпочтение отдается другой группе, т. е. в условиях арендного подряда происходит некоторое усиление противоположной тенденции — предпочтения другого коллектива. Это свидетельствует о неоднозначности динамики межгруппового сравнения и оценки. Одновременно уменьшается с 41,4% до 20,0% доля ответов не дифференцирующих сравниваемые группы (одинаковых оценок и отказов от оценки). Полученные результаты свидетельствуют о том, что в условиях арендного подряда происходит усиление межгрупповой дифференци-

ции, которое проявляется в увеличении степени различия членами арендных подразделений характеристик своего и других коллективов в ситуации межгруппового сравнения и оценки. Средний индекс внутригруппового предпочтения при этом уменьшается с 0,56 до 0,40. Индекс межгрупповой дифференциации увеличивается с 0,59 до 0,80. Различия в распределениях частот ответов по критерию χ^2 статистически значимы на уровне $p < 0,01$.

Таблица 3

Результаты межгруппового сравнения и оценивания
в коллективах производственных подразделений

№	Показатели	Этапы исследования	
		II	III
1	Количество ответов, в которых предпочтение отдается своей группе	591	725
	То же в % к общему числу ответивших	45,6	55,9
2	Количество ответов, в которых предпочтение отдается другой группе	169	308
	То же в % к общему числу ответивших	13,0	23,8
3	Количество ответов, в которых сравниваемые группы оцениваются одинаково	125	124
	То же в % к общему числу ответивших	9,7	9,6
4	Количество отказов от оценки своей или другой группы	411	139
	То же в % к общему числу ответивших	31,7	10,7
5	Общее число ответов	1296	1296
	То же в %	100	100
6	Индекс внутригруппового предпочтения	0,56	0,40
7	Индекс межгрупповой дифференциации	0,59	0,80

Результаты межгруппового сравнения и оценивания по различным критериям представлены в таблице 4 и на рисунке 3. Анализ результатов показывает, что показатели внутригруппового предпочтения и динамика их изменения по разным критериям существенно различаются. По данным среза, выполненного на II этапе исследования, наиболее высокими индексы внутригруппового предпочтения оказались по критериям «привлекательность коллектива в целом» (0,689) и «взаимоотношения в коллективе» (0,793). По критериям «от-

ношение к работе» и особенно «производственные результаты работы» индексы внутригруппового предпочтения оказались ниже (соответственно, 0,442 и 0,215).

Таблица 4

Показатели внутригруппового предпочтения по разным критериям

Критерии межгруппового сравнения и оценивания	Индексы межгруппового предпочтения	
	II этап	III этап
Производственные результаты работы коллектива	0,215	0,134
Отношение к работе	0,442	0,422
Взаимоотношения в коллективе	0,793	0,658
Привлекательность коллектива в целом	0,689	0,377

По данным среза, выполненного на III этапе, наиболее высокими оказались индексы внутригруппового предпочтения по критериям «взаимоотношения в коллективе» (0,658) и «отношение к работе» (0,422). Различной оказалась и динамика этих показателей. По всем четырем критериям индексы внутригруппового предпочтения от II и III этапа снижаются. При этом наиболее сильно индекс внутригруппового предпочтения снижается по критерию «привлекательность коллектива в целом» (с 0,689 до 0,377). На III этапе он становится ниже, чем по критериям «отношение к работе» (0,422) и «взаимоотношения в коллективе» (0,658). Существенно снижается также индекс внутригруппового предпочтения по критерию «производственные результаты работы» (с 0,215 до 0,134). Различия в оценках по этим критериям статистически значимы на уровне $p < 0,01$. По критериям «взаимоотношения в коллективе» и «отношение к работе» индексы изменились незначительно. По последнему – различия в оценках статистически незначимы.

Сравнительный анализ данных первого среза показывает наличие тесной связи оценок привлекательности коллектива с оценками взаимоотношений в коллективе. Распределения оценок и индексы межгруппового предпочтения по этим критериям наиболее близки. По данным же второго среза подобная связь отсутствует. Степень предпочтения своей группы по критерию отношений в коллективе значительно превышает степень привлекательности коллектива в целом. Вместе с тем обнаруживается выраженное сходство оценок при-

влекательности коллектива с оценками отношения к работе и производственных успехов. Одно из возможных объяснений отмеченной динамики показателей внутригруппового предпочтения состоит в том, что в условиях арендного подряда привлекательность коллектива в целом начинает в большей степени определяться успешностью трудовой деятельности, чем социально-психологическим климатом (см. рисунок 3). Полученные данные свидетельствуют о том, что в условиях изменения форм собственности и экономической деятельности происходит изменение значимости критериев сравнения и оценки своей и других групп по степени их привлекательности. Наряду с критериями межличностных отношений все более важную роль начинают играть критерии отношения к работе и производственные результаты.

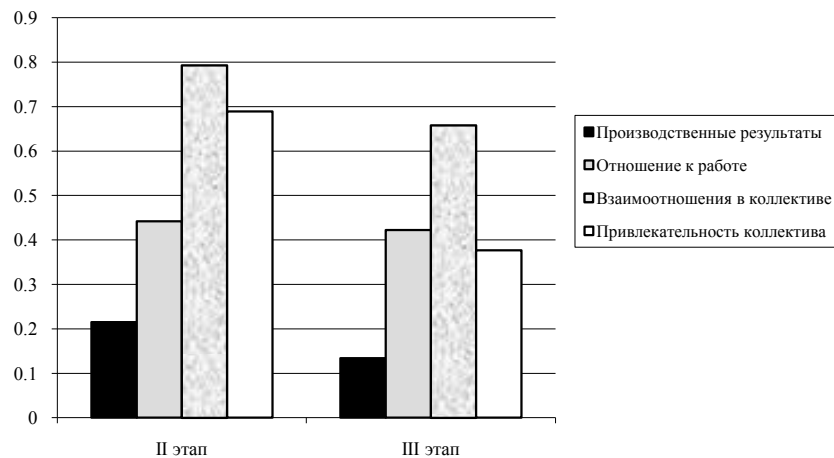


Рис. 3. Показатели внутригруппового предпочтения по разным критериям межгруппового сравнения и оценки

Полученные результаты свидетельствуют об отсутствии однозначной зависимости между результатами межгруппового сравнения и оценки и характером межгрупповых отношений. Феномен предпочтения своей или другой группы более тесно связан с динамикой внутригрупповых особенностей коллектива, в частности, со степенью эмоциональной приверженности индивидов своей группе и не может служить прямым показателем специфики межгрупповых отношений. С одной стороны, как показали результаты исследования И. Р. Сушкова и наши собственные результаты, благоприятные межгрупповые

отношения могут сочетаться с тенденцией переоценивания группы членства. С другой стороны, даже напряженные, конфликтные отношения не исключают достаточно адекватной оценки и сравнения особенностей своей и других групп их представителями.

Процессы межгруппового сравнения и оценивания выполняют, по крайней мере, две различные функции в обеспечении совместной жизнедеятельности коллективов. С одной стороны, адекватное межгрупповое сопоставление, необходимое для обеспечения нормального взаимодействия коллективов. С другой, внутригрупповое предпочтение и связанная с ним переоценка привлекательности своего коллектива, необходимая для обеспечения его психологической общности.

Производственно-экономические связи между арендными подразделениями как фактор динамики межгрупповых отношений

Результаты организационно-экономического анализа хозяйства показали, что наиболее принципиальное нововведение при переходе на арендный подряд – заключение хозрасчетных договоров между арендными подразделениями. Чтобы выяснить их влияние на динамику межгрупповых отношений, проводилось сравнительное изучение подразделений, связанных и не связанных хозрасчетными договорными отношениями.

На основании результатов анализа структуры производственно-экономических взаимосвязей между производственными подразделениями были выделены пары групп, связанных друг с другом хозрасчетными договорными обязательствами, и пары групп, между которыми взаимосвязи отсутствовали (см. ниже). Из полученных пар были составлены соответствующие выборки. На II и III этапах исследования опрашиваемым предлагалось оценить частоту возникновения конфликтов и удовлетворенность межгрупповыми отношениями не только в целом, но и по отношению к конкретным коллективам других подразделений. Анализ результатов опроса проводился отдельно по каждой из полученных выборок. Это позволило при анализе результатов выявить различия в динамике оценки отношений между подразделениями, связанными и не связанными хозрасчетными договорными отношениями.

Общее число работников, участвовавших в опросе на двух этапах и ответивших на вопросы, – 81 чел. Число полученных оценок для подразделений, связанных договорными отношениями – 129, для подразделений, не связанных договорными отношениями, – 195.

Сравнение распределений частот ответов, характеризующих частоту возникновения конфликтов на разных этапах исследования, для подразделений, связанных хозрасчетными отношениями, и подразделений, ими не связанных, представленных в таблицах 5–6, показывает, что в обеих выборках происходит уменьшение числа ответов типа «редко», «очень редко» и «совсем не бывает» и увеличение числа ответов «часто» и «время от времени». Однако для подразделений, связанных хозрасчетными отношениями, эта тенденция выражена сильнее.

Таблица 5

Распределение частот ответов при оценке частоты возникновения конфликтов между подразделениями, связанными хозрасчетными договорными отношениями (в абсолютных значениях)*, N = 129

Этап исследования	Оценка частоты возникновения конфликтов					Всего
	Часто	Время от времени	Редко	Очень редко	Совсем не бывает	
II	15	19	18	31	46	129
III	47	30	24	20	8	129
Всего	62	49	42	51	54	258

Примечание: * – различия между данными II и III этапа по критерию χ^2 статистически значимы при $p < 0,01$.

Так, если на втором этапе опроса 72% ответивших в первой выборке дали ответы типа «редко», «очень редко», «совсем не бывает» и 28% – ответы «время от времени» и «часто», то на третьем – соответственно, 41% и 59%. Во второй выборке на втором этапе опроса получено следующее распределение ответов: 85% (ответы «редко», «очень редко» и «совсем не бывает») и 15% («время от времени» и «часто»). На третьем – соответственно 72% и 28%, т. е. отношения между подразделениями, связанными хозрасчетными отношениями, оцениваются представителями этих подразделений как более конфликтные. После года их совместной работы выраженность таких оценок усиливается в большей степени, чем в подразделениях, не связанных хозрасчетными договорами.

Сравнение распределений частот ответов, характеризующих удовлетворенность отношениями между подразделениями, показывает, что в выборке подразделений, не связанных хозрасчетными отношениями (таблица 6), не произошло существенных изменений.

Таблица 6

Распределение частот ответов при оценке частоты возникновения конфликтов между подразделениями, не связанными хозрасчетными договорными отношениями (в абсолютных значениях)*, N = 195

Этап исследования	Оценка частоты возникновения конфликтов					Всего
	Часто	Время от времени	Редко	Очень редко	Совсем не бывает	
I	–	29	35	57	74	195
II	22	33	25	51	64	195
Всего	22	62	60	108	138	390

Примечание: * – различия в распределении частот ответов между данными II и III этапа статистически значимы по критерию χ^2 при $p < 0,01$.

В выборке подразделений, связанных хозрасчетными отношениями (таблица 5), усилилась дифференциация оценок: уменьшилась доля нейтральных ответов (с 52% до 36%), но одновременно увеличились доли ответов, выражающих как удовлетворенность отношениями между подразделениями (с 27% до 34%), так и неудовлетворенность ими (с 21% до 27%), т. е. изменения в оценке удовлетворенности отношениями между подразделениями носят здесь неоднозначный и нелинейный характер. Это объясняется своеобразием проявления хозрасчетных договорных отношений, складывающихся между отдельными подразделениями, в психологических межгрупповых отношениях. Заключенные договоры делают работников не только более требовательными и пристрастными, но и более заинтересованными в отношениях с представителями других подразделений.

Анализ статистической значимости различий в распределении частот ответов на II и III этапах исследования показал, что для подразделений, связанных хозрасчетными договорными отношениями, эти различия значимы на уровне $p < 0,01$. Для подразделений, не связанных хозрасчетными договорными отношениями, различия статистически значимы для оценки частоты возникновения конфликтов и не значимы для оценки общего характера межгрупповых отношений. Выявленная динамика оценок межгрупповых отношений более ярко выражена для подразделений, связанных хозрасчетными договорными отношениями.

Статистический анализ различий в распределениях частот ответов, полученных в сравниваемых нами выборках, показал, что эти

Таблица 7

Распределение частот ответов при оценке удовлетворенности характером отношений с другими коллективами для подразделений, связанных хозрасчетными договорными отношениями (в абсолютных значениях)*, N = 129

Этап исследования	Удовлетворенность общим характером отношений					Всего
	Вполне удовлетворен	В основном удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Не совсем удовлетворен	Не удовлетворен	
II	–	35	68	20	6	129
III	18	27	18	26	10	129
Всего	18	62	116	46	16	258

Примечание: * – различия между II и III по критерию χ^2 значимы при $p < 0,01$.

Таблица 8

Распределение частот ответов при оценке удовлетворенности характером отношений с другими коллективами для подразделений, не связанных хозрасчетными договорными отношениями (в абсолютных значениях)*, N = 195

Этап исследования	Удовлетворенность общим характером отношений					Всего
	Вполне удовлетворен	В основном удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Не совсем удовлетворен	Не удовлетворен	
II	–	62	109	24	–	195
III	–	66	101	28	–	195
всего	–	128	210	52	–	390

Примечание: * – различия между II и III по критерию χ^2 статистически не значимы.

различия статистически значимы на уровне $p = 0,01$ как на II, так и на III этапах исследования для обоих показателей. Это подтверждает наше предположение о качественном различии характера соответствующих межгрупповых отношений, их опосредованности производственно-экономическими связями между подразделениями. В целом полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что эффект межгрупповой дезинтеграции более ярко проявляется в отношениях между подразделениями, связанными хозрасчетными договорными отношениями.

Результаты исследования подтверждают гипотезу о том, что изменение производственно-экономических связей между подразделениями хозяйства при переходе на арендный подряд оказывает влияние на изменения в характере социально-психологических межгрупповых отношений, свидетельствующие об эффекте межгрупповой дезинтеграции.

Вместе с тем данные, изложенные выше (см. главу 7), показывают, что появление напряженности и враждебности в отношениях между подразделениями хозяйства затрудняет, а в отдельных случаях и разрушает производственно-экономические связи, целесообразные с экономической точки зрения. Возникнув первоначально как следствие влияния экономических факторов (изменения производственно-экономических связей между подразделениями), феномены межгрупповой дезинтеграции на определенном этапе совместной экономической деятельности коллективных субъектов начинают сами оказывать влияние на ход и результаты этой деятельности, т. е. социально-психологические феномены начинают выступать факторами детерминации экономического поведения и взаимодействия. Таким образом, безличные производственно-экономические связи и субъективные социально-психологические отношения между первичными коллективами взаимосвязаны и взаимно обуславливают друг друга.

В таблицах 9 и 10 представлены обобщенные результаты межгруппового сравнения и оценки для подразделений, связанных хозрасчетными договорными отношениями и не связанных ими. Сравнительный анализ результатов позволяет отметить, что в обеих выборках наблюдаются сходные тенденции: увеличение общего числа дифференцирующих оценок как в пользу своей группы, так и в пользу других групп; преобладание доли ответов, отдающих предпочтение своей группе; снижение общего индекса внутригруппового предпочтения от II к III этапу исследования.

Однако в выборке подразделений, связанных хозрасчетными договорными отношениями, указанные тенденции в целом проявляются более отчетливо. Так, в первой выборке индекс межгрупповой дифференциации увеличивается с 0,64 до 0,87, а индекс внутригруппового предпочтения уменьшается с 0,50 до 0,35; во второй выборке соответственно с 0,55 до 0,75 и с 0,60 до 0,44. Различия между распределениями частот ответов на II и III этапах исследования в обеих выборках статистически значимы по критерию χ^2 на уровне $p < 0,01$.

В таблицах 11 и 12 представлены результаты межгруппового сравнения и оценки в двух сравниваемых выборках по различным кри-

Таблица 9

Результаты межгруппового сравнения и оценки в подразделениях, связанных хозрасчетными договорными отношениями

№	Показатели	Этапы исследования	
		II	III
1	Количество ответов, в которых предпочтение отдается своей группе	247	304
	То же в % к общему числу ответивших	47,9	58,9
2	Количество ответов, в которых предпочтение отдается другой группе	82	145
	То же, в % к общему числу ответивших	15,9	28,1
3	Количество ответов, в которых сравниваемые группы оцениваются одинаково	46	42
	То же в % к общему числу ответивших	8,9	8,1
4	Количество отказов от оценки своей или другой группы	141	25
	То же в % к общему числу ответивших	27,3	4,9
5	Общее число ответов	516	516
	То же в %	100	100
6	Индекс внутригруппового предпочтения	0,50	0,35
7	Индекс межгрупповой дифференциации	0,64	0,87

териям. Сравнительный анализ полученных результатов позволяет отметить, что динамика межгруппового сравнения и оценки носит здесь неоднозначный характер. Для двух критериев межгруппового сравнения и оценки – «отношения в коллективе» и «привлекательность коллектива» в обеих выборках наблюдается сходная тенденция – снижение индексов внутригруппового предпочтения, более сильно выраженное в выборке подразделений, не связанных договорными отношениями.

По критерию «отношение к работе» индекс внутригруппового предпочтения в первой выборке увеличивается, а во второй уменьшается. Наконец, по критерию «производственная эффективность» индекс внутригруппового предпочтения незначительно снижается во второй выборке и резко, почти до 0 – в первой.

При этом изменяется соотношение индексов внутригруппового предпочтения разных выборок. По критерию «отношения в коллективе» индекс внутригруппового предпочтения в первой выборке становится большим, чем во второй. А по критерию «производственной эффективности» – наоборот, он становится меньше. По другим критериям – «отношение к работе» и «привлекательность коллек-

Таблица 10

Результаты межгруппового сравнения и оценки в подразделениях, не связанных хозрасчетными договорными отношениями

№	Показатели	Этапы исследования	
		2	3
1	Количество ответов, в которых предпочтение отдается своей группе	344	421
	То же в % к общему числу ответивших	44,1	54,0
2	Количество ответов, в которых предпочтение отдается другой группе	87	163
	То же в % к общему числу ответивших	11,2	20,9
3	Количество ответов, в которых сравниваемые группы оцениваются одинаково	79	82
	То же в % к общему числу ответивших	10,1	10,5
4	Количество отказов от оценки своей или другой группы	270	114
	То же в % к общему числу ответивших	34,6	14,6
5	Общее число ответов	780	780
	То же в %	100	100
6	Индекс внутригруппового предпочтения	0,60	0,44
7	Индекс межгрупповой дифференциации	0,55	0,75

Таблица 11

Показатели внутригруппового предпочтения по отдельным критериям в подразделениях, связанных хозрасчетными договорными отношениями

№	Критерии межгруппового сравнения и оценивания	Индексы межгруппового предпочтения	
		2	3
1	Производственные результаты работы коллектива	0,206	0,030
2	Отношение к работе	0,444	0,495
3	Взаимоотношения в коллективе	0,777	0,669
4	Привлекательность коллектива в целом	0,711	0,440

тива» – индексы внутригруппового предпочтения в первой выборке продолжают оставаться выше, чем во второй, причем относительная разница между ними усиливается.

Таблица 12

Показатели внутригруппового предпочтения
по отдельным критериям в подразделениях,
не связанных хозрасчетными договорными отношениями

№	Критерии межгруппового сравнения и оценивания	Индексы межгруппового предпочтения	
		2	3
1	Производственные результаты работы коллектива	0,220	0,197
2	Отношение к работе	0,441	0,372
3	Взаимоотношения в коллективе	0,801	0,650
4	Привлекательность коллектива в целом	0,672	0,313

Полученные результаты, свидетельствующие о неоднозначном характере динамики межгруппового сравнения и оценки по разным критериям, могут быть интерпретированы в рамках предлагаемой нами теоретической схемы. Результаты межгруппового сравнения и оценки по критерию «производственные результаты работы коллектива» выполняют функцию адекватного межгруппового сопоставления, поэтому уровень внутригруппового предпочтения по этому критерию наименьший. В выборке подразделений, связанных хозрасчетными договорными отношениями он снижается на III этапе исследования практически до нуля. Это свидетельствует о высокой адекватности и объективности межгруппового сравнения и оценки. Результаты межгруппового сравнения и оценки по критериям, характеризующим отношение к работе и взаимоотношения в коллективе, выполняют функцию внутригруппового предпочтения и связанной с этим переоценки своего коллектива. Уровень внутригруппового предпочтения по этим критериям остается сравнительно высоким в обеих выборках и на обоих этапах исследования.

Тот факт, что в первой выборке индекс внутригруппового предпочтения по критерию «отношение к работе» даже увеличивается, может свидетельствовать о «компенсаторной» роли, которую играют результаты межгруппового сравнения и оценки по «субъективным» критериям. Они обеспечивают сохранение относительной привлекательности коллектива для его членов даже в условиях, когда производственные работы оставляют желать лучшего.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что изменение производственно-экономических связей между первичными

коллективами при переходе на арендный подряд оказывает влияние на динамику межгруппового сравнения и оценки. Это влияние проявляется в усилении дифференциации по результатам межгруппового сравнения и оценки. Вместе с тем в этих результатах по разным критериям проявляются неоднозначные тенденции. С одной стороны, снижение уровня межгруппового предпочтения, свидетельствующее о повышении адекватности межгруппового сравнения и оценки, которую мы рассматриваем как проявление тенденции к межгрупповой интеграции. С другой, усиление межгруппового предпочтения, свидетельствующее о субъективном, пристрастном характере межгрупповых отношений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе осуществления организационно-экономического нововведения, связанного с изменением форм собственности, происходит смена ведущих оснований дифференциации и интеграции первичных коллективов и подразделений. Наряду с производственно-технологическими и организационными связями ведущим основанием формирования и обособления первичных коллективов становятся экономические отношения совместной групповой собственности (на арендной основе) на средства производства и продукты труда. Арендный коллектив формируется как субъект не только совместной трудовой деятельности (производства определенного общественного продукта), но и как субъект совместной экономической (хозяйственной) деятельности, экономических отношений производства, обмена и распределения, связывающих его как с другими подразделениями, так и с организацией в целом.

Как самостоятельные субъекты совместной трудовой и хозяйственной деятельности, первичные арендные коллективы вступают между собой в экономические отношения в качестве партнеров, имеющих свои групповые экономические интересы, не совпадающие друг с другом и нередко отличные от интересов всего предприятия. При этом рассогласование, а иногда и противоборство экономических интересов различных подразделений может рассматриваться как фактор межгрупповой дезинтеграции, поскольку объективно способствует разъединению и противостоянию между первичными коллективами.

При переходе трудовых коллективов на арендный подряд происходят качественные изменения психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов экономической деятельности. Отмечается возрастание выраженности таких качеств, как хозяйское, бережное отношение к средствам производства, выступающим совместной собственностью членов арендного коллектива, добросо-

вестное отношение к работе, взаимная требовательность, ответственность как за результаты своего личного труда, так и за результаты работы своего коллектива. Работники арендных коллективов проявляют большую заинтересованность в улучшении результатов совместной хозяйственной деятельности. Следствием происходящих изменений в отношении к работе является улучшение производственных результатов, оперативности и качества выполнения работ, отмечаемые членами арендных коллективов.

В процессе формирования арендных подразделений и их работы в условиях арендного подряда происходит усиление внутригрупповой интеграции. Оно проявляется в усилении эмоциональной приверженности работников к своему первичному коллективу, повышении удовлетворенности своей принадлежностью к нему. Отмечается возрастание групповых оценок таких качеств, как дружность, сплоченность, сотрудничество и взаимопомощь в коллективе, забота об интересах своего коллектива, привлекательность коллектива для его членов. Об усилении тенденции внутригрупповой интеграции говорят также усиление сходства, согласованности оценок внутри групп.

Усиление внутригрупповой интеграции арендных коллективов сопровождается возрастанием требовательности к работе других подразделений, защиты интересов своего первичного коллектива. Вместе с тем отмечается снижение сотрудничества с другими коллективами, оказания помощи другим подразделениям, доброжелательности по отношению к представителям других коллективов, согласования спорных вопросов. Полученные данные свидетельствуют о проявлении корпоративных тенденций в исследованных коллективах, связанных с доминированием узкогрупповых интересов и целей. Отмеченные тенденции проявлялись в усилении напряженности и конфликтности в отношениях между подразделениями, отказе от сотрудничества, стремлении к производственно-экономическому обособлению арендных коллективов.

Результаты исследования показывают, что в сходных производственно-экономических условиях динамика социально-психологических отношений в конкретных трудовых коллективах носит неоднозначный и противоречивый характер. Отмеченная тенденция усиления внутригрупповой интеграции более ярко проявилась от первого ко второму срезу, т. е. в период непосредственного формирования арендных кооперативов и первых месяцев совместной работы. На третьем этапе исследования отмечается снижение показателей внутригрупповой интеграции в целом по выборке практически до начального уровня. Выявленный в исследовании маятниковый характер

динамики социально-психологических свойств коллективов отражает взаимную обусловленность экономических и социально-психологических факторов в условиях изменения формы собственности.

В производственных кооперативах, которые формировались на строго добровольной основе, при активном стремлении работать вместе и высоком взаимном доверии работников, показатели внутригрупповой интеграции сохранялись на сравнительно высоком уровне на протяжении всего периода исследования. При этом сложившееся в коллективах отношение к работе и друг к другу способствовало достижению более высоких экономических результатов и сохранению единства коллектива даже при неблагоприятных условиях. Вместе с тем в отдельных подразделениях, комплектование которых производилось формально, без учета интересов и мнений работников, не удалось достичь ожидаемой внутригрупповой интеграции на основе совместной экономической деятельности в условиях коллективного арендного подряда. Произошло разделение коллективов на подгруппы по профессионально-функциональному признаку и их взаимное противопоставление. В процессе совместной экономической деятельности в сложных, часто неблагоприятных условиях произошло резкое ухудшение внутригрупповых отношений и наметилась отчетливая тенденция к распаду кооперативов. Эти данные свидетельствуют об определяющей роли социально-психологических факторов в детерминации хода и результатов совместной экономической деятельности. Полученные результаты свидетельствуют о своеобразии преломления новых производственно-экономических отношений в психологии различных коллективов.

Межгрупповые отношения в трудовом коллективе складываются как определенное сочетание процессов межгрупповой дифференциации, выделения и обособления первичных трудовых коллективов и межгрупповой интеграции, установления между первичными коллективами связей и отношений, способствующих функционированию и развитию основного коллектива как единого целого. Однако в сложные, критические моменты развития коллектива, при резком изменении производственно-экономических связей и отношений наряду с процессами межгрупповой интеграции могут возникать и активизироваться процессы межгрупповой дезинтеграции.

В социально-психологических отношениях между арендными коллективами активизируются процессы межгрупповой дифференциации, проявляющиеся в усилении субъективно воспринимаемых различий между своим и другими коллективами. В отношениях между арендными подразделениями увеличивается частота кон-

фликтов, проявлений недоброжелательности, враждебности в общении и взаимодействии. Отмеченные явления мы рассматриваем как социально-психологический эффект межгрупповой дезинтеграции, сопровождающий организационно-экономическое нововведение. Эффект межгрупповой дезинтеграции более ярко проявляется в отношениях между подразделениями, связанными хозрасчетными договорными отношениями. Полученные результаты подтверждают гипотезу о том, что изменение производственно-экономических связей между подразделениями сельскохозяйственного предприятия при переходе на арендный подряд выступает важным фактором динамики межгрупповых социально-психологических отношений в коллективе.

Вместе с тем в исследовании установлены некоторые позитивные социально-психологические последствия заключения хозрасчетных договоров между арендными подразделениями. К ним, в частности, относится возрастание заинтересованности их членов в своевременном и качественном выполнении работ партнерами по договорным отношениям, усиление требовательности к результатам работы смежных подразделений. Усиление напряженности в отношениях между подразделениями сопровождается в ряде случаев проявлением стремления к согласованию спорных вопросов и разрешению конфликтов. Отмеченные тенденции являются проявлением взаимосвязи и взаимозависимости между подразделениями и свидетельствуют о наличии тенденций к интеграции первичных коллективов в рамках основного коллектива сельскохозяйственного предприятия.

Результаты межгруппового сравнения и оценки свидетельствуют об усилении степени выраженности предпочтения группы членства (эффект внутригруппового фаворитизма). Вместе с тем наблюдается усиление степени выраженности и противоположной тенденции (предпочтения другой группы). Полученные результаты свидетельствуют о том, что результаты межгруппового сравнения и оценки нельзя однозначно связывать с характером межгрупповых отношений. Процессы межгруппового сравнения и оценивания выполняют по крайней мере две различные функции в обеспечении жизнедеятельности коллективов: адекватного межгруппового сопоставления и обеспечения эмоциональной приверженности к своему коллективу.

Обнаружены различия в результатах межгруппового сравнения и оценки по разным критериям на разных этапах исследования. Эти различия свидетельствуют об изменении значимости критериев межгруппового сравнения и оценки в условиях перехода на арендный подряд. В частности, возрастает значимость таких критериев как от-

ношение к работе и производственные результаты и снижается значимость критерия взаимоотношений в коллективе.

Эмпирически установленные в исследовании различия в динамике социально-психологических отношений внутри коллективов арендных подразделений и между ними позволяют сделать вывод о гетерохронности процессов дифференциации и интеграции (дезинтеграции) на внутригрупповом и межгрупповом уровнях. Внутригрупповые отношения (в частности, эмоциональная приверженность к группе) в исследованных коллективах характеризуются большей изменчивостью, чем отношения между подразделениями. Динамика внутригрупповых отношений отличалась большей сложностью и вариативностью. Полученные результаты позволяют высказать предположение об относительно независимой природе (гетерогенности) социально-психологических отношений на внутригрупповом и межгрупповом уровнях.

Проявление некоторой напряженности, а в отдельных случаях и враждебности в отношениях между первичными коллективами является, по-видимому, неизбежным при осуществлении любого организационно-экономического нововведения. Однако степень выраженности эффекта межгрупповой дезинтеграции и длительность соответствующего периода в динамике межгрупповых отношений могут существенно различаться. В процессе работы сельскохозяйственных коллективов в новых условиях хозяйствования степень выраженности эффекта межгрупповой дезинтеграции в целом постепенно снижается. Однако в ряде случаев напряженность, возникающая в отношениях между подразделениями, сохраняется в их деятельности и затрудняет нормальную работу всего коллектива. В связи с этим большую практическую значимость приобретает проблема активизации факторов межгрупповой интеграции, сотрудничества между подразделениями.

Исходя из результатов исследования представляется, что совместная коллективная собственность на средства производства сама по себе не является достаточным условием социально-психологической интеграции коллектива. Напротив, в сложных, напряженных условиях она может выступать источником противоречий и конфликтов как внутри первичных коллективов, так и особенно между ними. Реализация организационно-экономического нововведения создает предпосылку, потенциальную возможность трансформации коллективно-го субъекта совместной деятельности. Реализация этой возможности происходит в процессе включения конкретных индивидов и групп в новые организационно-экономические отношения. При этом про-

исходит активное освоение и трансформация новых условий в реальной жизнедеятельности трудовых коллективов, связанное с повышением роли социально-психологических факторов. В частности, такие факторы, как отношение работников к осуществляемым экономическим изменениям, социально-психологические отношения между членами формирующихся арендных коллективов (уровень доверия, готовность к совместной экономической деятельности) оказывают определяющее влияние на ход и результаты совместной деятельности в новых экономических условиях.

Раздел 4

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ
И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ
СУБЪЕКТОВ, СВЯЗАННОЕ С ВЫБОРОМ
ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ И ВИДА
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

ВВЕДЕНИЕ

Для эмпирической проверки гипотез о характере и механизмах взаимосвязи экономических и социально-психологических явлений в условиях изменения форм собственности нами использовались различные исследовательские стратегии или модели эмпирических исследований. В рамках первого исследования, результаты которого представлены в предыдущем разделе, динамика социально-психологических феноменов (внутригрупповых и межгрупповых отношений) анализировалась в условиях организационно-экономического нововведения на сельскохозяйственном предприятии, связанного с изменением формы собственности. В рамках второго исследования, результаты которого представлены в данном разделе, использовалась другая модель — сравнительный анализ социально-психологических феноменов работников предприятий с разными формами собственности. В данном исследовании мы исходили из предположения о том, что переход к многоукладной экономике, предполагающей сосуществование субъектов экономической деятельности, различающихся формой отношений собственности на средства производства, неизбежно повлечет за собой радикальное изменение социальной структуры сельских общностей. Эти изменения активизируют процессы межгрупповой дифференциации по социально-экономическим признакам (размер собственности, уровень материального благосостояния). Их результатом будет появление новых социальных групп и новых экономических отношений между ними. Исходя из положений концептуального подхода к исследованию психологических отношений субъектов совместной экономической деятельности в условиях изменения форм собственности, представленного в предыдущем разделе, была сформирована программа и проведена серия эмпирических исследований психологических отношений и деловой активности представителей групп, различающихся формой собственности

и видом экономической деятельности. В рамках этих исследований, с одной стороны, сравнивались социально-психологические особенности различных групп сельских жителей (работников предприятий с государственной и коллективной формой собственности и сельских предпринимателей). С другой стороны — исследовались психологические отношения субъектов, связанные с предпочтением формы собственности и вида экономической деятельности. В результате проведенных исследований нами был выявлен и проанализирован социально-психологический феномен предпочтения формы собственности и вида экономической деятельности и разработана типология субъектов экономической деятельности.

Глава 10

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ И ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ГРУПП, РАЗЛИЧАЮЩИХСЯ ПО ФОРМАМ СОБСТВЕННОСТИ И ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Отношение к новым видам экономической деятельности и психологическая готовность к их реализации

Сравнительный анализ данных, представленных в таблице 1, показывает, что работники предприятий как с государственной, так и с коллективной формами собственности достаточно дифференцированно относятся к новым формам собственности и видам экономической деятельности. В обеих выборках выделились и сторонники, и противники частной собственности и предпринимательства, и те, кто достаточно безразлично относится к этому вопросу.

Реальный выбор формы деловой активности (намерение работать в будущем) обнаружил значимые различия. Большинство опрошенных (в первой выборке 25 чел., или 60,9%, и во второй 41 чел., или 50,%) планируют продолжить работу на государственном предприятии. Значительно меньшая часть опрошенных отдает предпочтение предприятиям с негосударственными формами собственности (9 чел., или 21,9%, и 31 чел., или 38,3%, соответственно). Различия в распределениях частот ответов внутри выборок статистически значимы ($p < 0,001$ для первой и $p < 0,05$ для второй), различия между выборками статистически не значимы.

При этом в обеих выборках обнаружены значительные расхождения между заявляемыми отношениями к новым формам собственности и видам экономической деятельности (фермерству, предпринимательству) и личной готовностью к участию в них. Около половины (20 из 41) опрошенных работников государственных предприятий (48,7%) выразили позитивное и около трети (13 чел., или 31,7%) нейтральное отношение к предпринимательству.

Однако только 5 чел. (12,2%) высказали личное намерение создать собственное дело (заняться коммерцией или индивидуальной трудовой деятельностью). 28 из 81 опрошенных работников коллективных

Таблица 1

Отношение к новым видам экономической деятельности и психологическая готовность к их реализации представителей различных социальных групп (в % к числу опрошенных в каждой группе)*

Показатели	Работники предприятий с формой собственности		Предприниматели
	Государственная	Коллективная	
<i>Отношение к предпринимательству</i>			
Положительное	48,7	34,6	—
Безразличное	31,7	21,0	—
Отрицательное	19,5	44,4	—
<i>Предпочтительная форма собственности</i>			
Государственная	60,9	50,6	9,7
Негосударственная	21,9	38,3	83,3
Предпочтение иметь небольшой, но стабильный заработок	51,2	67,9	—
Намерение создать (в том числе заново) собственное дело	12,2	21,0	70,8
Намерение повысить уровень доходов	48,8	38,3	93,1
Наличие плана его реализации	36,6	28,4	77,8
Позитивное отношение к риску	26,4	33,2	52,8
Позитивное отношение к соревнованию (конкуренции)	34,8	39,5	68,1
Позитивная оценка изменения жизненного уровня семьи	2,4	13,6	48,6
Позитивный прогноз изменения	4,8	23,4	33,3

Примечание: * — представлены только те показатели, по которым обнаружены статистически значимые различия в распределении частот ответов между сравниваемыми выборками (работники предприятий и предприниматели). Отсутствие данных по некоторым показателям связано с тем, что они не были включены в программу опроса представителей данной категории.

предприятий (34,6%), выразили позитивное отношение к фермерству, но лишь 17 из них (21%) выразили условную готовность лично создать фермерское хозяйство (т. е. при наличии благоприятных экономических условий), и ни один не проявил такой готовности при любых, даже неблагоприятных условиях. Большинство опрошенных

в обеих выборках предпочитают иметь небольшой, но стабильный заработок созданию собственного дела, которое потребует большой затраты сил, но в случае успеха принесет значительный доход (различия в распределениях частот ответов в обеих выборках статистически значимы, $p < 0,001$).

Обобщая полученные данные, можно отметить, что среди тех опрошенных, которые выразили негативное отношение к частной собственности и предпринимательству, практически ни у кого не возникло намерения или желания создать собственное дело. Среди тех, кто позитивно относится к новым формам собственности, оказались респонденты как с высокой, так и с низкой готовностью к их реализации.

Существенные различия обнаружились также по показателям намерения повысить уровень своих доходов и готовности предпринять для этого какие-либо конкретные действия. В обеих выборках выделились три категории респондентов: 1) желающие повысить уровень своих доходов; 2) те, кто не намерен это делать; 3) затрудняются дать ответ. При этом в выборке работников государственных предприятий доля респондентов, отнесенных к первой категории (20 чел., или 48,8%), оказалась больше, чем среди работников коллективных предприятий (31 чел., или 38,3%), различия достоверны на уровне тенденции ($p = 0,14$).

Эти различия отражают более высокую степень выраженности потребности в повышении доходов у работников государственных предприятий. Однако анализ ответов на дополнительный вопрос о намерении предпринять конкретные действия для повышения уровня доходов, показывает, что речь чаще идет об общих пожеланиях (искать дополнительную или более оплачиваемую работу), связанных с экстенсивным поиском дополнительных источников дохода, нежели о конкретных намерениях, направленных на реализацию новых видов экономической деятельности.

Принципиальных различий в распределении ответов работников государственных и коллективных предприятий по сопоставимым показателям не обнаружено. Это свидетельствует о высокой степени однородности обеих выборок по критериям, связанным с их психологическими отношениями к экономической деятельности. По всем этим показателям выявлены достоверные отличия в группе предпринимателей, т. е. субъектов, уже реализовавших свое предпочтение новых форм собственности и видов экономической деятельности. Большинство из них не только намерены повысить уровень своих доходов (67 из 72 опрошенных предпринимателей, или 93,1%), но имеют достаточно четкие программы реализации этого намерения, развития

своего бизнеса (56 чел., или 77,8%). Кроме того, даже в случае серьезной неудачи они планируют вновь начать собственное дело (51 чел., или 70,8%). Предприниматели наиболее позитивно относятся к риску и конкуренции в хозяйственной деятельности. У них более высокий уровень притязаний в экономической сфере и значительно выше оценки жизненного уровня семьи (см. таблицу 1).

Оценка и прогноз изменений уровня деловой активности

Анализ распределения ответов, представленных в таблице 2, показывает, что наиболее существенные различия в оценках своей деловой активности и прогнозах ее изменения отмечаются между предпринимателями и работниками госпредприятий. Так, в выборке предпринимателей повышение деловой активности отметили 47 из 66 опрошенных, или 71,2%, из них 33 чел., или 50,0%, прогнозируют ее повышение в будущем. Среди работников госпредприятий оптимистические оценки встречаются более чем в два раза реже. Здесь повышение деловой активности отметили 13 из 41 опрошенных, или 31,7%, и прогнозируют ее дальнейшее повышение 6 чел., или 14,3%. Соотношение пессимистических оценок и прогнозов изменения уровня деловой активности у данных категорий опрошенных прямо проти-

Таблица 2

Оценка изменений уровня деловой активности представителями различных социальных групп (в % к числу опрошенных)*

Варианты ответов	Работники предприятий с формой собственности		Предприниматели
	Государственная	Коллективная	
Активность возросла и будет возрастать	14,6	24,7	50,0
Активность повысилась, но в ближайшее время не изменится	17,1	9,9	21,2
Осталась на том же уровне, что и раньше	22,0	49,4	12,2
Активность в последнее время несколько понизилась	26,8	11,1	4,5
Активность не только понизилась, но и будет снижаться	17,1	3,7	12,1
Не знаю	4,7	1,2	0

Примечание: * – различия в распределении частот ответов между сравниваемыми выборками статистически значимы по критерию χ^2 ($p < 0,01$).

воположное. В выборке предпринимателей лишь 11 чел., или 16,6%, отмечают снижение деловой активности, в то время как у наемных работников доля пессимистических оценок оказалась вдвое больше (18 чел., или 43,9%). Российские предприниматели значительно более высоко оценивают уровень своей деловой активности, чем работники госпредприятий (различия значимы при $p < 0,001$). Оценки деловой активности работников предприятий с коллективной формой собственности менее оптимистичны, чем у предпринимателей, но и менее пессимистичны, чем у работников госпредприятий. Кроме того, для них характерно значительное (почти 50%) число нейтральных оценок, что вполне соответствует положению представитель этой социальной группы в системе отношений к собственности.

Обнаружены серьезные различия в оценках и по другим параметрам исследования. Предприниматели в целом более высоко оценивают успешность своей экономической деятельности, удовлетворенность ее результатами, а также собственные возможности в достижении экономического успеха (см. таблицу 3). Различия между средними значениями оценок факторов деловой активности в выборках работников с государственной и коллективной формами собственности статистически не значимы. Оценки предпринимателей наиболее сильно отличаются по критерию «оценка собственных возможностей» (различия значимы при $p < 0,01$) и несколько в меньшей степени по критериям «успешность» и «удовлетворенность результатами» ($p < 0,05$).

Таким образом, первая эмпирическая гипотеза исследования подтвердилась. Эмпирически зафиксированы различия в психологических отношениях к экономической деятельности представителей

Таблица 3

Оценка факторов деловой активности представителями различных социальных групп (средние значения по 7-балльной шкале)

Показатели	Работники предприятий с формой собственности		Предприниматели
	Государственная	Коллективная	
Оценка собственных возможностей	3,34	3,29	4,45
Оценка успешности своей хозяйственной деятельности	3,39	3,43	3,86
Удовлетворенность результатами хозяйственной деятельности	–	2,40	3,28

социальных групп, различающихся формой собственности (работники государственных предприятий, предприятий с коллективной формой собственности и предприниматели). Организационно-экономические условия (в частности, форма собственности и вид экономической деятельности) определяют социально-психологические характеристики субъектов экономической деятельности, их психологические отношения. При этом наиболее существенные различия между предпринимателями и работниками государственных и коллективных предприятий обнаружились по тем параметрам, которые оказались наиболее тесно связанными с оценками уровня деловой активности. Это означает, что выделенные нами социально-психологические параметры могут выступать показателями для оценки и прогноза деловой активности субъектов.

Результаты рангового корреляционного анализа данных, полученных при исследовании работников госпредприятий, обнаруживают наличие значимых связей (уровень значимости $p < 0,05$) оценки деловой активности с оценками жизненного уровня семьи в настоящее время ($r = 0,284$), с ретроспективной оценкой и прогнозом изменений в жизненном уровне семьи ($r = 0,425$ и $r = 0,485$), успешности своей экономической деятельности ($r = 0,399$), а также собственных возможностей ($r = 0,522$). Вместе с тем данный показатель положительно коррелирует с оценкой благоприятности экономических условий в регионе для ведения хозяйственной деятельности ($r = 0,405$) и отрицательно — с оценкой угрозы безработицы ($r = -0,297$). Социально-психологические факторы деловой активности работников коллективных предприятий и предпринимателей имеют существенные отличия, но об этом речь пойдет ниже.

Возникает вопрос: оказывают ли влияние исследуемые социально-психологические феномены на выбор (предпочтение) той или иной формы собственности и экономической деятельности? Для ответа на него воспользуемся результатами исследования отношения сельских жителей к различным формам собственности.

Объектом эмпирического исследования выступали сельские жители, работники предприятий с разными формами собственности. В ходе исследования решались следующие задачи.

1. Выявить совокупность психологических отношений субъектов экономической деятельности, наиболее тесно связанных с выбором (предпочтением) форм собственности и видов экономической деятельности.
2. Выделить социально-психологические особенности групп сельских жителей, различающихся по критериям, связанным с вы-

бором (предпочтением) форм собственности и видов экономической деятельности.

3. Проанализировать социально-психологические особенности групп сельских жителей, различающихся по критерию выбора (предпочтения) форм собственности.

Эмпирическое исследование по данной программе проводилось в 1992—1995 гг. На первом этапе, осенью 1992 г. исследовалось отношение сельских жителей к фермерству и их готовность к этой форме хозяйственной деятельности. На втором этапе, зимой 1993—1994 гг. исследовались процессы групповой дифференциации в сельских общностях, связанные с выбором форм собственности в условиях приватизации коллективных хозяйств. В рамках третьего эмпирического исследования, которое осуществлялось параллельно с двумя первыми, с 1992 по 1995 г., проводился выборочный опрос руководителей крестьянских фермерских хозяйств и сравнительный анализ данных, полученных на выборках сельских предпринимателей и работников коллективных предприятий.

Основным методом эмпирического исследования выступало стандартизированное интервью по специально разработанной программе (см. приложение 2). В частности в данном исследовании изучались социально-психологические феномены, связанные с особенностями представлений и эмоциональных оценок субъектов своей экономической деятельности (уровень и направленность деловой активности, ее успешность), ее внешних условий (экономическая ситуация в стране и регионе, жизненный уровень семьи) и самих себя как ее субъектов (мотивы, цели и ценности в сфере экономической деятельности, уровень притязаний и собственные возможности повышения ее успеха, отношение к риску и конкуренции).

Таким образом, по единой программе и практически одновременно были обследованы представители групп сельских жителей, различающихся не только по психологическому отношению к формам собственности и хозяйственной деятельности, но и по реальному осуществлению этого выбора, т. е. представители различных социально-экономических групп, различающихся по форме собственности на средства производства. Такое построение исследования позволило нам эмпирически проверить гипотезу о том, что исследуемые социально-психологические феномены выступают регуляторами экономического поведения, связанного с выбором формы собственности и вида экономической деятельности, результатом которого являются изменения в социально-экономической стратификации, т. е. появление новых социальных групп в сельских сообществах.

Исследование отношения сельских жителей к фермерству

Целью данного исследования было изучение отношения сельских жителей к фермерству и их готовности к этой форме хозяйственной деятельности. Опрос проводился осенью 1992 г. в поселке Белая Колпь Шаховского района Московской области, где в это время по инициативе главы администрации района Н. И. Травкина проводилась активная кампания по созданию фермерских крестьянских хозяйств.

Объем выборки составил 51 человек, в том числе 29 мужчин (57%) и 22 женщины (43%), трудоспособного возраста (от 18 до 65 лет), работающие на сельскохозяйственных предприятиях района. Образование опрошенных: начальное и неполное среднее – 28%, среднее и среднее специальное – 64%, высшее или незаконченное высшее – 8%.

Отношение к фермерству и готовность создать фермерское хозяйство

Результаты опроса показали, что более половины опрошенных (57%) позитивно относятся к развитию в районе фермерства, считая создание в районе фермерских хозяйств желательным (29,5%) или даже необходимым (27,5%). Не поддержали идею фермерства 19,5% опрошенных и лишь 10% отнеслись к этой идее безразлично. Эти данные свидетельствуют о преобладании позитивного отношения опрошенных сельских жителей к созданию и развитию фермерства, об отсутствии на момент опроса сколько-нибудь выраженного негативизма и враждебности по отношению к этой форме ведения хозяйства.

Однако анализ ответов на вопрос о личном намерении создать фермерское хозяйство раскрывает совершенно иную картину. Только 10% опрошенных заявили об определенном намерении создать собственное фермерское хозяйство, 23,5% готовы пойти на этот шаг при условии оказания им помощи. Большинство же опрошенных считают для себя маловероятной перспективу создания личного фермерского хозяйства (19,6%) либо отвергают ее (37,3%). Таким образом, степень личной психологической готовности опрошенных к развертыванию индивидуальной предпринимательской деятельности на земле существенно отличается от общего эмоционального отношения к фермерству как форме ведения сельского хозяйства.

В целом можно говорить о том, что при сложившихся на время проведения опроса условиях лишь незначительная доля сельских жителей проявляла активное стремление к созданию и ведению собственного фермерского хозяйства. Большая часть опрошенных

не связывает свои ближайшие шаги на будущее с фермерством, либо считает необходимым условием для такого выбора помощь со стороны государства.

На вопрос о том, какие причины побуждают сельских жителей, по их мнению, заниматься фермерством, ответы распределились следующим образом. Наибольшее число опрошенных отметили в качестве основного мотива предпочтения фермерства возможность иметь свое хозяйство, быть экономически независимым (54% опрошенных). Почти столько же (52%) отметили мотивы, связанные с повышением материального благосостояния. Около четверти опрошенных (26%) отметили также возможность заниматься любимым делом (любовь к сельскохозяйственному труду, самостоятельность в выборе конкретного вида деятельности). Другие варианты ответов встречались менее чем у 10% опрошенных. (При ответе на данный вопрос опрошенные могли назвать несколько вариантов ответов, поэтому их сумма больше 100%.)

Полученные данные совпадают с результатами исследования российских предпринимателей малого и среднего бизнеса, выполненного автором совместно с А. Л. Журавлевым в 1992 г. (Журавлев, Пожняков, 1995). Основными мотивами выбора предпринимательской деятельности в этом исследовании оказались стремление к личной свободе и независимости, желание реализовать свои профессиональные способности и стремление обеспечить себе высокий уровень благосостояния. Эти результаты подтверждают сходство структур мотивации выбора предпринимательской деятельности представителей как городского, так и сельского населения.

Среди причин, сдерживающих крестьян в их готовности стать фермерами, они указали, прежде всего, на отсутствие материальной и финансовой поддержки (23,5%) и на противодействие со стороны должностных лиц (21,6%). В качестве внутренних, субъективных причин опрошенные отметили отсутствие у себя способности к ведению фермерского хозяйства (отсутствие необходимых знаний и умений), преклонный возраст, состояние здоровья (19,6%), и лишь 9,8% опрошенных выразили неприязнь к предпринимательству вообще.

В этой связи чрезвычайно интересно выявить содержание психологических барьеров, т. е. внутренних субъективных причин, связанных с проявлением отрицательного отношения крестьян к фермерству. С этой целью в интервью был включен специальный вопрос, в котором мнение о причинах отрицательного отношения к фермерству выявлялось в косвенной форме. Основными причинами, вызывающими отрицательное отношение населения к фермерству, по мне-

нию опрошенных, являются следующие (представлены варианты ответов и % указавших данный ответ, опрашиваемые могли отметить одновременно несколько вариантов ответов, поэтому их сумма превышает 100%): «Отсутствие гарантии сохранения собственности фермеров» (35,3%), «Имущественное расслоение, зависть и конфликты» (35,3%), «Значительный материальный риск» (33,3%), «Фермеры находятся в более выгодном положении, чем работники коллективных хозяйств» (7,9%), «Противники фермеров просто завидуют им (25,4%)». Содержательный анализ ответов позволяет выделить две группы таких субъективных причин. Первая из них связана с опасением крестьян, что создание фермерских хозяйств может оказаться очередной кампанией и существует большой риск потерять собственность, накопленную своим трудом. В этих ответах проявилась присущая крестьянам осторожность и расчетливость, неверие в стабильность экономической политики государства в отношении собственности крестьян. Такого мнения придерживается более трети опрошенных.

Отмечая высокий материальный риск, с которым связано индивидуальное ведение хозяйства, опрашиваемые считают, что лучше иметь меньший, но гарантированный заработок. Тот факт, что около половины опрошенных, выбравших один из указанных вариантов ответов, отметили оба, свидетельствует о наличии внутренней общности мотивации, лежащей в их основе. Это боязнь потерпеть неудачу в результате неблагоприятных внешних обстоятельств и ориентация на сравнительно низкий, но гарантированный доход при работе в государственном секторе.

Вторая группа причин негативного отношения к фермерству связана не столько с материальными, сколько с социальными факторами. Около трети опрошенных полагают, что развитие фермерства приведет к сильному имущественному расслоению, породит зависть и конфликты. Причем эта причина формулируется как потенциальная угроза социальной стабильности. Лишь 7,9% опрошенных считают, что фермеры находятся в более выгодном положении по сравнению с колхозниками или рабочими совхозов. Крестьянам не по книгам и рассказам известно, как тяжел и зачастую неблагодарен труд фермера, сколько трудностей встает перед ним, сколько сил и энергии, средств и души необходимо вложить в него прежде, чем можно рассчитывать на успех. Далек не каждый способен на такую самоотдачу и напряжение в работе. Конечно же, работа в колхозе или совхозе значительно легче и требует меньшего напряжения. Однако в случае успеха доходы фермера, его материальный достаток становятся ощутимо выше, чем у тех, кто работает в государственном секторе

или в совхозе. Не случайно поэтому четверть опрошенных считает, что те, кто выступает против фермеров, просто завидуют им.

В таблице 4 представлены результаты парного распределения частот ответов на вопрос об отношении к созданию фермерских хозяйств и личной готовности создать фермерское хозяйство. Корреляционный анализ данных показал, что между этими параметрами имеется статистически значимая связь ($p < 0,05$), однако эта связь является неоднозначной.

Таблица 4

Парное распределение ответов, характеризующих отношение сельских жителей к фермерству и готовность создать свое фермерское хозяйство (в % к числу опрошенных)

Отношение к фермерству	Готовность создать фермерское хозяйство					Всего
	Низкая	Неопределенная	Условная	Высокая	Не ответили	
Отрицательное	17,65	1,96	0	0	0	19,61
Безразличное	3,92	1,96	0	0	3,92	9,80
Положительное	7,84	11,76	21,57	9,80	5,88	56,85
Не ответили	7,84	3,92	1,96	0	0	13,72
Всего	37,25	19,60	23,53	9,80	9,80	100

Так, среди респондентов, выразивших позитивное отношение к созданию в их районе фермерских хозяйств, свыше половины изъявили желание создать свое фермерское хозяйство. Из числа респондентов, выразивших негативное отношение к фермерству, подобного желания не выразил ни один. Кроме того, выделились группы респондентов, у которых положительное отношение к фермерству сочетается с неопределенной установкой на создание своего фермерского хозяйства (11,8%) либо с готовностью создать личное фермерское хозяйство при условии оказания помощи (21,6%).

Вместе с тем негативную установку на создание своего фермерского хозяйства изъявило примерно одинаковое число респондентов как в группе положительно относящихся к фермерству в целом, так и в группе, отрицательно относящихся к этой форме ведения хозяйства. Наконец, среди тех, кто безразлично относится к фермерству или затрудняется сформулировать свое отношение к нему, наблюдается полное отсутствие готовности к созданию личного фермерского хозяйства.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что положительное отношение к фермерству как форме ведения хозяйства, к созданию в районе фермерских хозяйств является необходимым, но недостаточным условием формирования позитивной установки на создание собственного фермерского хозяйства. Двумя другими условиями являются: помощь со стороны государства и местных органов власти и личная готовность, уверенность в своих силах. В данном исследовании отмечаются случаи как совпадения, так и рассогласования между эмоционально-оценочным компонентом психологического отношения к фермерству и его поведенческим компонентом (психологической готовностью создать свое фермерское хозяйство). При этом связь между ними опосредствуется субъективной оценкой благоприятности внешних условий и собственных возможностей успешной экономической деятельности.

Отношение к фермерству и оценка материального положения семьи

Анализ парного распределения частот ответов на вопрос, связанный с оценкой материального положения семьи, и вопрос об отношении к созданию в районе фермерских хозяйств, представленный в таблице 5, показывает, что среди опрошенных, оценивших свое материальное положение как хорошее или удовлетворительное, число лиц, позитивно относящихся к созданию фермерского хозяйства в районе, в 7 раз превышает число лиц, выразивших отрицательное отношение к фермерству. Тогда как среди лиц, оценивающих свое материальное

Таблица 5

Парное распределение частот ответов на вопросы о материальном положении семьи и об отношении к фермерству (в % к числу опрошенных)

Оценка материального положения семьи	Отношение к фермерству				Всего
	Положительное	Безразличное	Отрицательное	Не ответили	
Хорошее	15,68	3,92	1,96	0	21,56
Удовлетворительное	25,49	1,96	3,92	3,92	35,29
Не удовлетворительное	13,73	3,92	11,76	7,84	37,25
Не ответили	1,96	0	1,96	1,96	5,88
Всего	56,86	9,8	19,6	13,72	100

положение как неудовлетворительное, примерно одинаковое число опрошенных высказывает как позитивное, так и негативное отношение к фермерству. Различия в распределении частот ответов по критерию χ^2 статистически значимы на уровне $p < 0,01$.

Эти данные свидетельствуют о том, что умение вести свое собственное хозяйство, обеспечить достаток в доме прямо связаны с поддержкой фермерства, которое и является законченной формой самостоятельного, независимого и самодостаточного (потенциально, по крайней мере) хозяйства. Вместе с тем среди опрошенных, выразивших негативное отношение к фермерству, абсолютно преобладают лица, оценившие материальное положение как неудовлетворительное, т. е. субъективная оценка своего материального положения непосредственно связана с отношением к сельскому предпринимательству. По результатам корреляционного анализа выявлена статистически значимая связь ($p < 0,01$) между этими показателями, свидетельствующая о том, что чем менее благополучным оценивают субъекты материальное положение своих семей, тем более негативно они относятся к фермерству.

Результаты исследования обнаружили тесную связь отношения к фермерству не только с оценкой результатов собственной хозяйственной деятельности, но и с прогнозом изменения жизненного уровня семьи (см. таблицу 6). Среди тех, кто думает, что с переходом страны к рынку жизненный уровень его семьи не ухудшится, а может быть и улучшится, абсолютно преобладает доля сторонников фермерства. Вместе с тем значительная часть сторонников фермерства пессимистически смотрит в будущее, ожидая дальнейшего сниже-

Таблица 6

Парное распределение частот ответов, характеризующих отношение к фермерству и прогноз изменения жизненного уровня семьи в результате происходящих в стране изменений

Отношение к созданию фермерских хозяйств	Прогноз изменения жизненного уровня семьи				
	Снизится	Без изменений	Вырастет	Не ответили	Всего
Отрицательное	9	0	1	0	10
Нейтральное	4	0	0	1	5
Положительное	17	4	7	1	29
Не ответили	6	0	1	0	7
Всего	36	4	9	2	51

ния жизненного уровня. Однако среди лиц с негативной установкой на создание личных фермерских хозяйств абсолютно преобладают те, кто прогнозируют снижение жизненного уровня своих семей. Этот вывод подтверждается и результатами корреляционного анализа данных. Позитивная установка на создание личных фермерских хозяйств значимо коррелирует с более оптимистичными взглядами на изменение жизненного уровня семьи ($r = 0,05$).

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что в условиях радикальной экономической реформы формируются социально-психологические группы (или социальные типы) сельских жителей, характеризующихся разным психологическим отношением к новым формам хозяйственной деятельности, в частности, к фермерству. Основу выявленной в исследовании типологии составляет сочетание общего эмоционально-оценочного отношения сельских жителей к фермерству как форме экономической деятельности на селе и поведенческой составляющей этого отношения, проявляющейся в виде психологической готовности, в активном намерении его реализации в своей экономической деятельности. Анализ взаимосвязей этих показателей с психологическими характеристиками, выявленными в ходе интервью, позволил дополнить исходные параметры типологии такими показателями, как оценка благоприятности экономических условий и собственных возможностей в решении своих хозяйственных проблем. Основываясь на результатах качественного анализа данных, полученных в интервью с представителями выделенных типов, можно дать их более развернутую социально-психологическую характеристику.

Большинство опрошенных объединяет неудовлетворенность материальным положением своих семей, переживание серьезных трудностей в материальной и бытовой сфере. Однако они различаются в содержании установок на способы преодоления этих трудностей. Первую группу составляют последовательные противники фермерства. Ориентируясь на традиционные формы хозяйственной деятельности (работа на государственном предприятии и нетоварное производство продукции в личном приусадебном хозяйстве), представители этой группы не связывают улучшение своего жизненного уровня с экономической реформой, негативно относятся к новым формам хозяйственной деятельности (фермерству, предпринимательству, коммерции).

Представители второй группы определенно связывают свое будущее с переходом экономики страны к рынку, положительно или, по крайней мере, нейтрально относятся к новым формам собственности и экономической деятельности и, в частности, к фермерству,

допускают их, но не проявляют собственной активности в их практической реализации применительно к себе. В рамках этой группы выделяются два различных типа. Для первого характерна низкая оценка собственных возможностей в успешном ведении фермерского хозяйства. Эти люди характеризуются пассивно-выжидательной позицией, отсутствием психологической готовности к новым формам экономического поведения и деловой активности, адекватным социально-экономическим условиям перехода к рыночной экономике. Их отличает также низкий уровень притязаний в хозяйственной сфере, пессимизм в прогнозе своего материального благополучия.

Представители другого типа ставят свое личное участие в создании и ведении фермерского хозяйства в зависимость от благоприятности внешних экономических условий, от поддержки со стороны государственных предприятий и властных структур. Они не склонны рисковать и проявлять высокую деловую активность в условиях неопределенности, предпочитая небольшой, но стабильный заработок. При неблагоприятных условиях для развития предпринимательства на селе складывается особая группа сельских жителей, для которых характерно сочетание позитивного или нейтрального отношения к фермерству и субъективного желания создать собственное хозяйство с отсутствием психологической готовности к практической реализации такой установки. «Хотел бы создать фермерское хозяйство, но при существующих условиях вряд ли решусь на такой шаг» – вот типичный ответ представителей этой группы. Не находя такой поддержки, не видя позитивных изменений ни в экономике страны, ни в материальном благосостоянии своей семьи, представители этой группы разочаровываются в реформах, снижают уровень своей деловой активности.

Вместе с тем обнаружена незначительная по удельному весу социальная группа, представители которой проявляют более высокий уровень деловой активности, стремясь в сложившихся трудных и неблагоприятных условиях увеличить свои доходы за счет дополнительного заработка, коммерческой деятельности, реализации продукции приусадебного хозяйства и т. п. Представители этой группы уже сделали свой выбор в пользу новых форм собственности и хозяйственной деятельности. Для них характерны: более высокий уровень притязаний в материальной сфере, стремление к самостоятельности в хозяйственной деятельности, исключительная опора на собственные возможности, склонность к умеренному риску и конкуренции, т. е. основные психологические особенности, характерные для предпринимателей.

Таким образом, именно различиями в ориентации на внешние условия или собственные возможности можно объяснить обнаруженные в исследовании противоречия в психологических отношениях и реальном экономическом поведении, связанном с выбором формы собственности. Так, субъекты, ориентированные на внешние условия, отказываются реализовать свое предпочтение частной формы собственности и хозяйственной деятельности ввиду неблагоприятности этих условий. А субъекты, ориентированные на собственные возможности, делают свой выбор в пользу предпринимательства даже при отсутствии позитивного отношения к новым формам собственности.

Особую группу в нашем исследовании составили так называемые предприниматели поневоле. Необходимость выделения этого типа была продиктована тем, что среди группы опрошенных нами фермеров мы обнаружили значительную часть (около 30%) таких, которые в интервью выразили нейтральное или даже негативное отношение к проводимой аграрной реформе и к фермерству как форме ведения хозяйства в частности. Их включение в новые формы хозяйствования (фермерство, коммерцию) носит вынужденный характер, поскольку к этому их вынуждают внешние обстоятельства: реорганизация предприятия или его закрытие, хроническая невыплата зарплаты, низкий материальный уровень жизни семьи и острая потребность увеличения доходов, угроза безработицы.

Результаты проведенного исследования показывают, что в условиях изменения форм собственности в среде сельских жителей активизируются процессы межгрупповой дифференциации по психологическим критериям, связанным с отношением к новым формам собственности. Эта дифференциация не сводится к простой дихотомии: сторонники или противники фермерства, сельские предприниматели и работники, предпочитающие традиционные формы собственности и экономической деятельности. Эмпирически выявленные различия в психологических отношениях к фермерству и готовности создать личное фермерское хозяйство свидетельствуют о том, что позитивное или негативное отношение к фермерству является существенным, но не единственным фактором, определяющим реальный выбор формы собственности. Более важным фактором оказалась психологическая готовность к фермерству, т. е. активная установка на поведение, связанное с практической реализацией этой формы экономической деятельности. Сама же психологическая готовность определяется сочетанием, по крайней мере, двух других психологических факторов: оценкой благоприятности внешних экономичес-

ких условий для реализации своего намерения создать фермерское хозяйство и оценкой собственных возможностей для успешного ведения фермерского хозяйства. По результатам опроса экспертов (специалистов в области социологии и экономики сельского хозяйства, руководителей сельскохозяйственных предприятий) не более 10% сельских жителей трудоспособного возраста способны по своим профессиональным и психологическим качествам к ведению самостоятельного фермерского хозяйства.

Особое влияние на экономическое поведение сельских жителей, связанное с выбором формы собственности и экономической деятельности, оказывает такой фактор, как хронически неблагоприятные условия для развития самостоятельной экономической деятельности на селе. В этих условиях опора на собственные силы начинает играть определяющую роль в поведении, связанном с выбором фермерства.

Изменения социально-экономических условий в нашей стране, связанные с предоставлением сельским жителям возможности выбора формы собственности и экономической деятельности, выступают важным фактором этого поведения. Однако реальный выбор формы собственности и, следовательно, конкретных организационных и экономических условий деятельности осуществляется самими индивидами как ее субъектами. Этот выбор определяется такими психологическими факторами как отношение к новым формам собственности (фермерству), оценка благоприятности экономических условий и собственных возможностей в достижении успеха (которые, в свою очередь, определяются личностными, профессиональными и психологическими качествами субъекта, обуславливающими не только психологическую готовность, но и подготовленность, способность к ведению самостоятельного хозяйства).

Глава 11

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ СУБЪЕКТОВ, СВЯЗАННЫЕ С ПРЕДПОЧТЕНИЕМ ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ И ВИДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Отношение сельских жителей к различным формам собственности и видам экономической деятельности

Изменение форм собственности и хозяйственной деятельности на селе осуществлялось в различных регионах центральной России с разной степенью интенсивности. Одной из наиболее радикальных попыток реформирования отношений собственности в аграрном секторе явился экономический эксперимент в Нижегородской области, где начиная с 1993 г. осуществлялась приватизация земли и основных фондов хозяйств. В результате приватизации на месте бывших колхозов и совхозов создавались негосударственные предприятия: ТОО (товарищества с ограниченной ответственностью), предприятия с акционерной формой собственности и фермерские хозяйства. В отличие от эксперимента с созданием фермерских хозяйств, которое осуществлялось избирательно, по инициативе самих крестьян и зачастую при значительном сопротивлении «верхов», Нижегородский эксперимент с чековыми аукционами осуществлялся как реформирование сельскохозяйственного предприятия в целом. В этих условиях каждый работник бывшего колхоза или совхоза был вынужден не только выразить свое отношение к проведению приватизации собственности хозяйства, но и сделать практический выбор собственной формы хозяйственной деятельности. Результатом этого выбора становилось формирование новых субъектов экономической деятельности (индивидуальных и коллективных), а его отдаленные последствия были связаны с коренными изменениями в социальной структуре сельского населения, т. е. с появлением новых социальных групп (кооператоры, фермеры, сельские предприниматели, наемные работники) и установлением между ними новых экономических отношений. Поэтому для продолжения исследования социально-психологических процессов межгрупповой дифференциации в сельских

общностях в условиях изменения форм собственности мы выбрали именно этот регион.

Целью данного исследования было изучение психологических отношений сельских жителей, связанных с предпочтением формы собственности и вида экономической деятельности. В качестве объектов эмпирического исследования были выбраны два хозяйства. В одном из них, АО «Правдинское», накануне исследования уже прошел раздел земли и имущества на индивидуальные паи и чековый аукцион с распродажей собственности бывшего совхоза. В другом хозяйстве того же района – коллективном предприятии им. В. А. Емельянова – проведение приватизации было запланировано в течение ближайшего года.

Основным методом эмпирического исследования выступало стандартизированное интервью (см. приложение 2). В ходе исследования был опрошен 81 человек. Статистическая обработка и анализ результатов опроса проводились как по отдельным хозяйствам, так и по всей выборке опрошенных. В настоящей главе представлены в основном результаты исследования по всей выборке, что позволяет проследить общие закономерности и связи между выделенными показателями. В результате статистической обработки данных были получены следующие распределения выборки по социально-демографическим характеристикам (в %). Пол: мужчин – 59%, женщин – 41%; возраст: до 30 лет – 14%; от 31 до 40 лет – 40%; от 41 до 55 лет – 27%, свыше 55 лет – 19%; образование: начальное – 10%; неполное среднее – 10%; среднее общее – 23%; профессионально-техническое (ПТУ) – 13%; среднее специальное – 28%; высшее (неоконченное высшее) – 15%. В выборке были равномерно представлены основные социально-демографические и профессиональные группы, работники различных подразделений исследуемых сельскохозяйственных предприятий, поэтому полученные результаты являются достаточно репрезентативными.

Результаты опроса показывают, что в обследованных нами хозяйствах большинство опрошенных (76,6%) ориентируется на коллективный труд в рамках совместного хозяйства. Вместе с тем практически все опрошенные выступают за сохранение личного приусадебного хозяйства. Традиционные формы хозяйственной деятельности (колхозы и совхозы) оцениваются как более предпочтительные по сравнению с теми, которые основываются на разделении имущества и средств производства (их указали в качестве предпочтительных форм хозяйствования на селе соответственно 50,7% и 25,9% опрошенных). Индивидуальной (семейной) форме хозяйства отдали предпочте-

ние 12,4% опрошенных, и ни один (!) не предпочел работу по найму на частном предприятии. При этом крестьяне приводят довольно веские аргументы в пользу именно коллективной формы ведения хозяйства. По их мнению, такая форма позволяет более рационально использовать технику, лучше организовать труд отдельных работников, обеспечить взаимопомощь, более эффективно решать социальные вопросы.

Есть основания полагать, что в основе предпочтения той или иной формы хозяйствования на земле лежат не столько экономические мотивы сельских жителей, сколько социально-психологические факторы: привычка к коллективному, совместному труду. Об этом, в частности, свидетельствуют ответы на вопрос о предпочтительных формах организации труда при равных экономических условиях. Большинство опрошенных (66,7%) предпочитают работать в небольшом коллективе хорошо знакомых людей. Около четверти хотели бы работать в коллективе большого предприятия, и лишь 7,4% опрошенных хотели бы работать индивидуально или только с членами своей семьи. Таким образом, сторонников индивидуального или семейного труда среди опрошенных оказалось даже меньше, чем приверженцев фермерского хозяйства. С другой стороны, работу в небольшом коллективе хорошо знакомых людей предпочитают как сторонники традиционной колхозно-совхозной формы хозяйствования, так и те, кого привлекает хозяйствование, основанное на распределении земли и имущества на паи. Есть все основания полагать, что выбор (предпочтение) формы собственности (государственной или частной) и организации хозяйственной деятельности (индивидуальной или совместной) являются самостоятельными и в некоторой степени независимыми критериями различий в оценках организационно-экономических условий деятельности.

Анализ распределения ответов на вопрос об отношении к созданию фермерских хозяйств в своем районе, представленный в таблице 1, показывает, что негативное отношение к созданию в районе фермерских хозяйств преобладает над позитивным. Вместе с тем результаты обнаруживают сильную дифференциацию опрошенных по этому признаку. Анализ ответов на вопрос о личном намерении создать фермерское хозяйство дает более определенный результат. Ни один из опрошенных не возьмется за создание фермерского хозяйства при любых условиях (поэтому в таблице отсутствует столбец, соответствующий высокой степени готовности). 14,8% опрошенных выразили неопределенное отношение (хотели бы заняться фермерством, но вряд ли решатся на это). 21% выразили условную готовность

Таблица 1

Парное распределение ответов, характеризующих отношение сельских жителей к фермерству и готовность создать свое фермерское хозяйство (в % к числу опрошенных)

Отношение к фермерству	Готовность создать фермерское хозяйство				
	Низкая	Неопределенная	Условная	Не ответили	Всего
Отрицательное	33,33	4,94	4,94	1,23	44,44
Безразличное	9,88	2,47	7,41	0	19,76
Положительное	12,34	7,41	7,41	7,41	34,57
Не ответили	0	0	1,23	0	1,23
Всего	55,55	14,82	20,99	8,64	100

(готовы взяться за фермерство, но при наличии благоприятных условий). Большинство же опрошенных, 55,6%, не хотели бы стать фермерами ни при каких условиях. Эти данные вновь свидетельствуют о том, что степень личной психологической готовности опрошенных к разворачиванию индивидуальной предпринимательской деятельности на земле существенно отличается от общего эмоционального отношения к фермерству как форме ведения сельского хозяйства.

В целом можно говорить о том, что при существующих условиях лишь довольно незначительная доля опрошенных сельских жителей проявляет активное стремление к созданию и ведению собственного фермерского хозяйства. Большая часть опрошенных не связывает свои ближайшие шаги на будущее с фермерством либо считает необходимым условием для такого выбора помощь со стороны государства.

Как и в 1992 г. в Шаховском районе, в качестве основной причины, сдерживающей крестьян в их готовности стать фермерами, они указывают, прежде всего, на отсутствие материальной и финансовой поддержки со стороны государства и местных органов власти (на это указали 56% опрошенных). Вместе с тем, 44% отметили отсутствие лично для себя возможности создания и ведения собственного хозяйства и 12% выразили неприязнь к предпринимательству вообще.

Если сравнить полученные распределения ответов с результатами опроса 1992 г., можно отметить ухудшение общего эмоционального отношения сельских жителей к фермерству и снижение уровня готовности создать свое фермерское хозяйство. Результаты интервью свидетельствуют о том, что главной причиной этого является разоча-

рование многих бывших сторонников фермерства знакомством (в том числе и на личном опыте) с его реальной практикой в современных российских условиях. Вместе с тем в исследовании 1994 г. вновь отчетливо выделяются социально-психологические типы, выявленные нами в первом исследовании. Однако изменилось количественное соотношение между ними. Отсутствие опрошенных, выразивших безусловную готовность к созданию собственного фермерского хозяйства, очевидно, связано с тем, что те, кто принял такое решение, уже практически реализовали свой выбор, т. е. стали фермерами. Значительно уменьшилась доля опрошенных, выразивших положительное отношение к созданию фермерских хозяйств. Но и эти опрошенные либо выражают отсутствие намерения создать свое фермерское хозяйство, либо выражают неопределенную («вряд ли решусь») или условную («если позволят обстоятельства») установку на его создание. Вместе с тем последние две категории установки на создание фермерского хозяйства выявляются независимо от общего отношения к фермерству, что демонстрирует устойчивость выделенных нами социально-психологических типов. 21% опрошенных готовы создать фермерское хозяйство при благоприятных условиях и 15% выразили желание сделать это, но сослались на отсутствие способности к его осуществлению. Эти данные говорят о наметившемся расхождении между общим отношением к фермерству и установками на соответствующее экономическое поведение. У одних опрошенных положительное отношение сочетается с отсутствием установки на его реализацию, а у других — негативное или безразличное отношение — с намерением (пускай условным или не вполне определенным) создания собственного фермерского хозяйства. В последнем случае мы имеем дело с вынужденной установкой (более подробно мы будем говорить о ней, рассматривая феномен «фермерства поневоле»).

Столь же дифференцирующим признаком оказался вопрос о личном отношении к разделу земли и имущества хозяйства на паи (см. таблицу 2). Более половины опрошенных относятся к этому мероприятию отрицательно, при этом 30,9% — крайне отрицательно. Вместе с тем, 28,4% опрошенных выразили положительное отношение. Характерно, что лишь 6,2% опрошенных безразлично относятся к разделу собственности. Полученные ответы свидетельствуют о значительной дифференциации мнений сельских жителей по вопросу о смене форм собственности, которая потенциально является источником социальной напряженности в отношениях между людьми. Более половины опрошенных в ходе интервью отметили, что раздел земли и имущества коллективных хозяйств на индивидуальные паи связан

Таблица 2

Отношение сельских жителей к разделу земли и имущества хозяйства на паи (в % к числу опрошенных)

Варианты ответов	Отношение к фермерству		
	Акционерное предприятие	Коллективное предприятие	Всего
Крайне отрицательное	14,81	16,05	30,86
Отрицательное	16,05	7,41	23,46
Безразличное	2,47	3,70	6,17
Положительное	9,88	12,35	22,23
Весьма положительное	3,70	2,47	6,17
Не ответили	2,47	8,64	11,11
Всего	49,38	50,62	100

с усилением напряженности, враждебности во взаимоотношениях как внутри возникающих производственных коллективов (товариществ, кооперативов), так и особенно между ними. Если вспомнить, что в одном из обследованных хозяйств к моменту опроса уже была проведена реорганизация формы собственности, а в другом принято решение о ее проведении, становится очевидным, что социальная база инициаторов и активных сторонников этого нововведения не составляет и одной трети жителей района.

Сравнение распределений ответов сторонников и противников приватизации в исследованных хозяйствах показывает, что в АО «Правдинское», где к моменту исследования уже был проведен чековый аукцион, раздел земли и имущества хозяйства, меньше доля лиц, не ответивших на вопрос или выразивших безразличное отношение к приватизации. Вместе с тем соотношение сторонников и противников акционирования предприятия в обоих хозяйствах практически совпадает. Значит, в условиях смены форм собственности происходит поляризация точек зрения ее сторонников и противников. Для значительной части опрошенных переход к новой форме собственности и хозяйственной деятельности является вынужденным. Оставляя на совести руководителей хозяйства и заезжих реформаторов результаты голосования, которое должно предшествовать принятию решения о реформировании хозяйства, отметим сам факт существования значительной группы опрошенных, для которых изменение формы собственности и хозяйственной деятельности произошло вопреки

их выбору (предпочтению) и которые вновь оказались не субъектами реформирования, а его объектами.

Еще более наглядно свидетельствуют о дифференциации отношения сельских жителей к форме собственности и своим правам собственника ответы на вопрос о готовности вложить свои личные средства в развитие товарищества. 37% опрошенных готовы сделать это, 35% ответили на вопрос отрицательно и 20% затрудняются ответить на этот вопрос. Интересно, что доля опрошенных, готовых вложить свои средства в развитие товарищества, оказалась выше, чем доля тех, кто положительно относится к разделу земли и имущества на паи. Результаты интервью свидетельствуют о том, что некоторые из опрошенных, вынужденно, против собственного желания поставленные перед фактом смены формы собственности, находят тем не менее экономически выгодным вкладывать свои средства в развитие хозяйства. В данном случае мы снова наблюдаем противоречие между направленностью влияния экономического фактора (целесообразность, выгода) и социально-психологического (приверженность к традиционным формам хозяйствования).

Таким образом, результаты опроса показывают значительную дифференциацию сельских жителей по их отношению к формам собственности и хозяйственной деятельности. При этом выделяются социально-психологические группы (или типы) сельских жителей, характеризующиеся различным сочетанием отношения к новым формам собственности и психологической готовности к соответствующему экономическому поведению. В первом приближении отчетливо выделяются группы последовательных сторонников и противников изменения форм собственности, а также не определившиеся или нейтрально относящиеся к этим изменениям. Однако более детальный анализ позволяет выделить в первой группе активных субъектов экономических изменений, т. е. лиц, реально сделавших свой выбор в пользу новых форм собственности (это, в первую очередь, состоявшиеся фермеры и работники хозяйств с акционерной формой собственности, вкладывающие в развитие производства не только свои имущественные паи, но и личные средства). Вторую подгруппу составляют сельские жители, условно поддерживающие аграрную реформу, т. е. ставящие свой реальный выбор формы собственности в зависимость от благоприятности внешних условий для ведения частной хозяйственной деятельности, от поддержки со стороны государства. Наконец, третью подгруппу составляют те, кто позитивно или, по крайней мере, нейтрально относится к новым формам собственности, но не выражает личной готовности к активному участию

в них. Экономическое поведение представителей двух последних подгрупп характеризуется пассивностью, выжиданием. Основное психологическое различие между ними состоит в том, что одни объясняют свой выбор внешними условиями, а другие — внутренними обстоятельствами (низкой оценкой собственных возможностей, отсутствием подготовленности к работе в новых условиях).

Среди опрошенных, выражающих отрицательное отношение к изменению формы собственности, по результатам интервью также выделяются подгруппы. Во-первых, это активные сторонники сохранения государственной формы собственности на землю и средства производства и традиционных форм ведения хозяйства (колхозов и совхозов). Вторую подгруппу составляют опрошенные, разочаровавшиеся в экономической реформе и не ждущие улучшений в своей жизни от связанных с ней изменений. Наконец, третью подгруппу составили те, чей выбор формы собственности оказался вынужденным и чье экономическое поведение вступает в противоречие с их собственными представлениями и оценками. Такие лица были обнаружены в нашем исследовании как среди работников акционерного общества, так и среди фермеров (так называемые «фермеры поневоле»). Выявленные группы по своим характеристикам согласуются с социально-психологическими типами людей по их отношению к экономическим нововведениям, предложенным А. Л. Журавлевым (Журавлев, 1990). В более широком и современном контексте исследований макропсихологии современного российского общества (Макропсихология современного российского общества, 2009) полученные результаты можно рассматривать как одно из проявлений его полиментальности (Семёнов, 2008).

Отношение к различным формам деловой активности и источникам дохода

В этой связи особенно интересны результаты, характеризующие различные формы деловой активности опрашиваемых, их намерения и социальные установки в сфере хозяйственной деятельности. Личное подсобное хозяйство имеют 69% наших респондентов. Удовлетворить в основном потребности семьи в продуктах питания за счет подсобного хозяйства удается 24% опрошенных, частично — 35% и лишь 10% — в незначительной степени. Таким образом, личное хозяйство в целом играет существенную роль в экономической деятельности жителей региона. Большая часть из них (82%) используют продукцию своего хозяйства исключительно или в основном для себя, и ни один

из опрошенных — в основном для продажи. Это свидетельствует о том, что личное хозяйство не является серьезным источником денежных доходов семьи. Вместе с тем доля подсобного хозяйства в обеспечении материального достатка семьи сильно различается и колеблется (по оценкам самих респондентов) от 10% до 80%. Причем около четверти опрошенных считают, что личное подсобное хозяйство обеспечивает им более половины общего уровня материальных благ.

На вопрос «Собираетесь ли вы повысить уровень своих доходов?» 38% опрошенных ответили утвердительно. Это значительно больше, чем доля тех, кто оценивает свои собственные возможности как высокие, или тех, кто оценивает экономические условия хозяйственной деятельности как благоприятные, т. е. психологически готовы повысить уровень своих доходов часть тех опрошенных, которые считают, что внешние условия не способствуют успешному ведению хозяйства. 31% ответили на этот вопрос отрицательно, остальные затруднились дать определенный ответ. Однако анализ ответов на следующий вопрос («Каким образом вы собираетесь это сделать?») подтверждает, что в большинстве случаев мы имеем дело скорее с пожеланиями и надеждами, нежели с четкими планами и программами деятельности. Так лишь 24% опрошенных отметили, каким именно образом они собираются повысить уровень своих доходов. Большинство опрошенных либо вообще не смогли ответить на уточняющий вопрос, либо ограничились общими фразами (лучше работать, больше зарабатывать). Характерно при этом, что более половины представителей этой группы прямо связывают повышение своих доходов с более эффективной работой своего коллектива (товарищества или коллективного хозяйства в целом). Лишь менее четверти из тех, кто собирается повысить уровень своих доходов (9% от всей выборки), связывают решение этого вопроса с самостоятельным поиском дополнительных источников дохода (дополнительный заработок, расширение личного подсобного хозяйства или смена места работы).

Достаточно различными оказались и представления опрошенных об актуальных целях хозяйственной деятельности. Свыше четверти опрошенных стремятся лишь к тому, чтобы обеспечить себе прожиточный минимум. Для 28% цель состоит в том, чтобы сохранить сложившийся привычный уровень жизни, жить не хуже других. Вместе с тем 38% опрошенных намерены жить лучше, чем сейчас живут на селе. Однако лишь 6% собираются создать капитал или стать владельцем собственного предприятия. 68% респондентов предпочли бы иметь небольшой, но стабильный заработок, 28% хотели бы иметь собственное дело, которое потребует длительной отдачи сил,

но в случае успеха принесет значительный доход и лишь 2,5% предпочли бы создать крупное дело (взять деньги в кредит, заложить имущество) с тем, чтобы быстро разбогатеть или разориться.

Таким образом, несмотря на то, что в ответах большинства опрошенных проявляется психология наемного работника, ориентация на небольшой, но стабильный заработок, почти треть из них предпочли бы иметь собственное дело. Большая часть опрошенных, негативно оценивая свое материальное положение и перспективы его изменения в ближайшем будущем, занимает пассивно-выжидательную позицию в отношении своей хозяйственной деятельности. Вместе с тем существует незначительная по удельному весу социальная группа, представители которой проявляют более высокий уровень деловой активности, стремясь в сложившихся трудных условиях увеличить свои доходы за счет дополнительного заработка, коммерческой деятельности, реализации продукции приусадебного хозяйства и т. п. Интересно сопоставить эти данные с распределением ответов на вопрос о возможностях приспособиться к существующим экономическим условиям и обеспечить себе достойный уровень материального благосостояния. Лишь 5% опрошенных считают, что смогут сделать это без особых усилий. Остальные разделились на две группы. Представители первой (48%) считают, что смогут, но это потребует большого напряжения сил, представители второй (39,5%) считают, что не смогут приспособиться к сложившейся ситуации и что необходимо менять экономические условия.

На вопрос об отношении к соревнованию с другими людьми в экономической деятельности опрошенные четко разделились на две противоположные группы. 48% не любят соревнования (в том числе 10% относятся к нему крайне отрицательно). 35,5% ответили, что им нравится соревноваться с людьми, в том числе 9% предпочитают жить и работать в условиях состязательности. Характерно, что лишь 9% дали неопределенный ответ.

На вопрос об отношении к риску (возможности неудачи) в своей хозяйственной деятельности опрошенные распределились следующим образом. Большинство из них предпочитают ситуации, когда риск (возможность неудачи) отсутствует (42%) или является минимальным (24%). Вместе с тем 25% предпочитают ситуации, когда имеется средняя степень риска, 9% опрошенных любят рисковать и стремятся к ситуациям, когда риск неудачи велик.

Эти результаты свидетельствуют о том, что уровень притязаний в экономической деятельности, отношение к различным формам деловой активности и источникам дохода, состязательность (отноше-

ние к соревнованию) и склонность к риску являются важными социально-психологическими характеристиками, дифференцирующими людей как субъектов экономической деятельности.

Отношение сельских жителей к условиям экономической деятельности и оценка собственной деловой активности

Экономическая деятельность субъекта и его жизнедеятельность в целом всегда осуществляются в рамках определенных внешних условий: экологических, политических, экономических и т. д. Эти условия могут восприниматься субъектом как благоприятные или неблагоприятные и оказывать влияние на его деловую активность, способствуя ее повышению или снижая ее. Для оценки отношения сельских жителей к условиям экономической деятельности в нашем исследовании использовались следующие показатели: оценка и прогноз благоприятности условий экономической деятельности в регионе, оценка и прогноз изменения жизненного уровня семьи. При этом особое внимание уделялось оценке изменения этих условий.

Оценивая степень благоприятности существующих в настоящее время экономических условий для осуществления хозяйственной деятельности (возможность заработать, улучшить свое материальное положение), большинство опрошенных (76,6%) считают ее неблагоприятной (1–3 балла по 7-балльной шкале), 18,5% – средней (4 балла), и лишь 4,9% дают оценки выше средних.

Оценивая изменения в условиях хозяйственной деятельности за прошедший год, большинство опрошенных (55,6%) считают, что они стали менее благоприятными, 16,1% – что условия остались без изменений, вместе с тем 20,9% отмечают, что условия стали более благоприятными.

Прогноз изменения в условиях хозяйственной деятельности оказался в целом более оптимистичным, чем его ретроспективная оценка. Вместе с тем оценки предполагаемых изменений оказались столь же неоднозначными и еще более неопределенными, чем ретроспективные оценки. Число опрошенных, которые прогнозируют дальнейшее ухудшение экономических условий (39,5%), оказалось меньше, чем негативно оценивающих это изменение за прошедший год (55,6%). Однако и число оптимистов (17,3%) ниже тех, кто отметил изменение условий к лучшему за последний год (29,9%). Эти различия связаны, прежде всего, с тем, что увеличилась доля опрошенных, которые затрудняются оценить предстоящие изменения.

Анализ парного распределения прогнозов изменения благоприятности условий хозяйственной деятельности с учетом его ретроспективных оценок (см. таблицу 3) показывает сходство в распределении этих показателей как при положительной, так и при отрицательной направленности оценок. Большинство опрошенных, оценивших изменения в условиях экономической деятельности за прошедший год как неблагоприятные, прогнозируют дальнейшее ухудшение этих условий в будущем году (33,3% из 55,6% опрошенных). И наоборот, большинство опрошенных, оценивших произошедшие изменения как благоприятные для своей хозяйственной деятельности, прогнозируют их улучшение (13,6% из 20,9% опрошенных).

Таблица 3

Прогноз изменения экономических условий хозяйственной деятельности с учетом их ретроспективной оценки (%)

Ретроспективная оценка изменения условий	Прогноз изменения условий				Всего
	Благоприятные	Без изменения	Неблагоприятные	Не ответили	
Благоприятные	13,6	4,9	1,2	1,2	20,9
Без изменения	1,2	2,5	2,5	9,9	16,1
Неблагоприятные	2,5	3,7	33,3	16,1	55,6
Не ответили	0	0	2,5	4,9	7,4
Всего	17,3	11,1	39,5	32,1	100

По результатам корреляционного анализа также обнаружена значимая статистическая связь ретроспективных оценок изменения благоприятности экономических условий хозяйственной деятельности и прогнозов их изменения в будущем (связь значима на уровне $p=0,05$). Это свидетельствует о том, что оценка экономических условий является динамической характеристикой экономического сознания, определяемой субъективными представлениями опрашиваемых о тенденциях изменения этих условий. При этом отчетливо выделяются три категории опрошенных: «оптимисты» (те, кто дал обе положительные оценки, или одну положительную и одну нейтральную, всего 19,7%), «пессимисты» (те, кто дал обе отрицательные оценки или одну отрицательную и одну нейтральную, – 39,5%) и «не определившиеся» (те, кто затруднился оценить предстоящие изменения, – 32,1%). Эти три категории описывают 91,3% выборки.

Результаты исследования показывают, что опрошенные весьма скептически оценивают нынешнее материальное положение своих семей. 38% опрошенных оценивают жизненный уровень семьи как очень низкий (оценка 1–2 балла), 28,4% – как низкий (3 балла), 19,8% – как средний (4 балла), и только 8,6% – как высокий и очень высокий (5 и более баллов по 7-балльной шкале).

На вопрос о том, как изменился жизненный уровень семьи за прошедший год, ответы распределились следующим образом. Снижение уровня жизни отмечают 58,0% опрошенных, у 28,4% он остался без изменений. Лишь 13,6% считают, что их жизненный уровень повысился. Прогнозируя изменение своего материального положения в ближайшем будущем, большинство опрошенных (54,3%) ожидают дальнейшего снижения жизненного уровня. Вместе с тем, 23,5% надеются на улучшение, и 14,8% считают, что жизненный уровень их семей останется без изменений. 7,4% опрошенных затруднились ответить на этот вопрос.

Наличие статистически значимых корреляционных связей между показателями, характеризующими ретроспективную оценку изменения жизненного уровня семьи и прогноз его изменения (связь значима на уровне $p=0,05$), свидетельствует об усилении межгрупповой дифференциации опрошенных по критерию субъективной оценки уровня жизни. Вместе с тем, несмотря на преобладание негативных оценок и прогнозов изменения жизненного уровня, выделяется группа опрошенных (23,5%), прогнозирующая улучшение своего материального положения.

Анализ парного распределения оценок, характеризующих прогноз изменения жизненного уровня семьи с учетом его ретроспективной оценки (см. таблицу 4), показывает, что среди тех, кто ожидает снижения уровня жизни семьи в ближайшем году, преобладают отметившие его снижение в прошлом (43,2% из 54,3% опрошенных). И напротив, большинство опрошенных, отметивших ухудшение материального положения семьи в прошлом году, ожидают его ухудшения и в будущем (43,2% из 58% опрошенных). Нейтральные ретроспективные оценки и прогнозы примерно в равной степени сочетаются как с позитивными, так и с негативными прогнозами и оценками.

В соотношении позитивных оценок наблюдается отличие. Среди тех, кто отметил повышение жизненного уровня семьи за последний год, преобладают ожидающие его дальнейшего повышения (7,4% из 13,6% опрошенных). Однако среди тех, кто прогнозирует повышение жизненного уровня, практически в одинаковой степени пред-

Таблица 4

Прогноз изменения жизненного уровня семьи с учетом ретроспективной оценки его изменения (%)

Ретроспективная оценка изменения	Прогноз изменения жизненного уровня семьи				
	Снизится	Без изменений	Вырастет	Не ответили	Всего
Снизился	43,2	3,7	6,2	4,9	58,0
Не изменился	9,9	8,6	9,9	0	28,4
Вырос	1,2	2,5	7,4	2,5	13,6
Всего	54,3	14,8	23,5	7,4	100

ставлены отметившие как его снижение, так и повышение в прошлом, а также те, кто не отметил никаких изменений.

Прогноз изменения жизненного уровня семьи оказался, таким образом, неоднозначно связан с оценками его изменения в прошлом. Часть опрошенных планирует повышение своего материального благосостояния вопреки оценке его снижения в прошлом. По результатам корреляционного анализа прогноз повышения жизненного уровня семьи оказался статистически связан с оценками благоприятности экономических условий хозяйственной деятельности и динамики их изменения за последний год, возрастом опрошенных, оценкой своей деловой активности, намерением повысить свои доходы, предпочтением индивидуальной формы хозяйствования и готовностью создать свое фермерское хозяйство, а также с позитивным отношением к конкуренции. Значит, оптимистический прогноз материального положения семьи определяется не только ретроспективными и актуальными его оценками, но и оценками своей экономической деятельности и себя как ее субъекта – собственных притязаний и возможностей в сфере экономической деятельности.

По результатам корреляционного анализа показатели оценки и прогноза изменения условий хозяйственной деятельности и жизненного уровня своих семей оказались тесно связаны. В частности, была обнаружена статистически значимая связь (на уровне $p=0,01$) ретроспективных оценок изменения благоприятности условий хозяйственной деятельности с оценками жизненного уровня семьи в настоящее время, а также с ретроспективными оценками и прогнозами его изменения. Оценки жизненного уровня семьи в настоящее время оказались связаны также с оценками благоприятности экономичес-

ких условий для ведения хозяйственной деятельности и с оценками их изменения (ретроспективной и прогнозной).

Таким образом, сходные объективные по отношению к жизнедеятельности субъектов социально-экономические условия и процессы по-разному воспринимаются и оцениваются людьми. При этом различия в оценках благоприятности условий экономической деятельности оказались тесно связаны с различиями в оценках экономических условий жизнедеятельности — жизненного уровня своей семьи, собственного материального благосостояния, которое, в свою очередь, в большой степени определяется результатами собственной хозяйственной деятельности. Субъективная оценка собственного материального благосостояния и характера его изменения выступает важным критерием оценки благоприятности или неблагоприятности внешних экономических условий.

Сравнительный анализ данных, представленных в таблицах 9–10, позволяет выявить и некоторые различия в соотношении ретроспективных оценок и прогнозов изменения условий экономической деятельности и жизненного уровня семьи. Обращает на себя внимание большая дифференцированность оценок динамики жизненного уровня семьи и большая неопределенность в оценках и особенно прогнозах изменения условий экономической деятельности. Указанная особенность проявляется в том, что число опрошенных, прогнозирующих повышение или снижение жизненного уровня своих семей, оказалось выше числа опрошенных, прогнозирующих, соответственно, улучшение или ухудшение условий экономической деятельности. Это связано, по нашему мнению, с тем, что экономическая ситуация в семье воспринимается и оценивается людьми более определенно, чем экономические условия в целом, и различия между отдельными категориями опрошенных проявляются более отчетливо. Вместе с тем это свидетельствует о том, что часть опрошенных планирует повышение своего материального благосостояния вопреки своему же прогнозу снижения благоприятности экономических условий.

Развитие любой хозяйственной деятельности непосредственно зависит от того, как ее субъекты (в нашем исследовании — сельские жители) рассматривают свои собственные возможности в разрешении стоящих перед ними проблем и преодолении трудностей. Оценивая и сравнивая роль внешних и внутренних факторов в успешности хозяйственной деятельности, можно выделить тех людей, кто считает, что решение деловых проблем зависит, в первую очередь, от собственных усилий и полагается в основном на себя, и тех, кто считает свои личные возможности ограниченными, поэтому больше полага-

ется на благоприятные внешние условия и в том числе — на помощь и поддержку государства.

Анализ распределения оценок собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности позволяет разделить респондентов на три категории. Первую составляют 44,6% опрошенных, оценивших свои возможности как низкие и очень низкие (1–3 балла по 7-балльной шкале). Представители второй категории (28,3%) оценили свои возможности как средние (4 балла); 19,7% — как высокие и очень высокие (5–6 баллов). Среднее значение оценок 3,27 оказалось ниже среднего значения по шкале, т. е. в целом опрошенные оценивают свои возможности, скорее, как низкие.

Этот показатель оказался статистически значимо связан, с одной стороны, с возрастом опрошенных и уровнем образования, а с другой — с оценками успешности собственной хозяйственной деятельности и удовлетворенности ее результатами, т. е. более молодые люди трудоспособного возраста и лица, имеющие более высокое образование, в целом выше оценивают свои возможности и успешность хозяйственной деятельности.

Анализ парного распределения оценок благоприятности экономических условий и собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности позволяет разделить опрошенных на 3 группы, различающиеся по характеру сочетания этих оценок (см. таблица 5). С одной стороны выделяются 2 группы опрошенных, чьи оценки собственных возможностей и благоприятности внешних условий совпадают по своей тенденции, т. е. оценка собственных возможностей прямо связывается ими с благоприятностью внешних условий. В нашей выборке оказалось 18,5% опрошенных,

Таблица 5

Оценка благоприятности условий экономической деятельности с учетом собственных возможностей в повышении ее успешности

Оценка собственных возможностей	Оценка благоприятности условий			
	Неблагоприятные	Нейтральные	Благоприятные	Всего
Низкие	42,1	2,5	0	44,6
Средние	18,5	8,6	1,2	28,40
Высокие	11,1	4,9	3,7	19,7
Не ответили	4,9	2,5	0	7,4
Всего	76,6	18,5	4,9	100

сравнительно высоко оценивших как внешние условия, так и собственные возможности. Доля лиц, давших низкие оценки по обоим показателям, оказалась выше — 42,1%.

С другой стороны, отчетливо выделяется группа опрошенных, чьи оценки по этим показателям существенно различаются. Преимущественно негативно оценивая благоприятность внешних условий, представители третьей группы (их оказалось 29,6%) тем не менее свои собственные возможности оценивают как средние и высокие. Внутренние, личностные ресурсы, опора на свои собственные силы противопоставляются ими неблагоприятным внешним условиям. Противоположное сочетание оценок: сравнительно высокая оценка благоприятности внешних условий в сочетании с низкой оценкой собственных возможностей — наблюдалось всего в двух случаях.

Анализируя полученные результаты, мы обратили внимание на часть сельских жителей, которые в своих ответах дают оценки, отличающиеся от оценок большинства опрошенных. Это те респонденты, которые более высоко оценили собственные возможности в решении хозяйственных проблем и более высоко оценили уровень своей деловой активности. Мы предположили, что это именно те люди, которые по своим социально-психологическим особенностям более склонны к выбору новых форм собственности и хозяйственной деятельности. Для того чтобы проверить нашу гипотезу, мы с помощью парного распределения выделили из общего числа опрошенных группы, различающиеся по критериям, связанным с выбором (предпочтением) форм собственности и хозяйственной деятельности, и посмотрели, как они оценивают свою экономическую деятельность и самих себя в качестве ее субъектов. Результаты проведенного анализа представлены в следующей главе.

Глава 12

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ И ТИПОЛОГИЯ СУБЪЕКТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Психологические отношения сельских жителей, связанные с предпочтением формы собственности

Выбор (предпочтение) формы собственности и хозяйственной деятельности определялся в нашем исследовании по двум критериям: отношение к разделу земли и имущества хозяйства на индивидуальные паи и выбор наиболее предпочтительной формы хозяйствования на земле. Сравнительный анализ распределений ответов на эти вопросы и результаты корреляционного анализа показали высокую степень их согласованности. Из таблицы 1 видно, что большая часть сельских жителей, которые положительно относятся к разделу земли, предпочитает работать в товариществах на паях или вести индивидуальное фермерское хозяйство. Большинство же опрошенных, выразивших отрицательное отношение к приватизации собственности, считают для себя более предпочтительной работу в колхозе

Таблица 1

Распределение предпочтений форм хозяйствования на земле с учетом отношения к разделу земли (% опрошенных)

Отношение к разделу земли и имущества	Предпочтительные формы хозяйствования				
	Фермерское хозяйство	Товарищество на паях	Колхоз, совхоз	Не ответили	Всего
Отрицательное	2,5	4,9	43,2	3,7	54,3
Нейтральное	0	2,5	2,5	1,2	6,2
Положительное	8,6	17,4	1,2	1,2	28,4
Не ответили	1,2	1,2	3,7	5,0	11,1
Всего	12,3	26,0	50,6	11,1	100

или совхозе. Характерно, что доля опрошенных, отдавших предпочтение фермерскому хозяйству, в два с лишним раза меньше доли тех, кто положительно относится к приватизации собственности. Более привлекательной формой хозяйствования для них оказалось товарищество на паях, т.е. совместная, коллективная экономическая деятельность вновь проявилась как более привлекательная по сравнению с индивидуальной.

Для сравнительного анализа того, как представители выделенных групп оценивают свою экономическую деятельность и себя в качестве ее субъектов, были выбраны четыре показателя: оценка своих возможностей в повышении успешности хозяйственной деятельности, оценка уровня своей деловой активности и установка на повышение своих доходов, оценка успешности своей хозяйственной деятельности и удовлетворенность ее результатами. В наших предыдущих исследованиях, в частности, в исследовании российских предпринимателей, эти показатели были выделены как основные социально-психологические факторы деловой активности (Позняков, 2001).

Результаты, представленные в таблице 2, показывают, что респонденты, предпочитающие формы хозяйственной деятельности, основанные на частной собственности, оценивают свои возможности как широкие (9,9%) и средние (11,1%), в то время как большинство респондентов, выразивших отрицательное отношение к разделу земли и имущества на паи, оценивают свои возможности как ограниченные (33,3%) и в меньшей степени как средние (12,3%).

Вместе с тем из числа опрошенных, оценивших свои возможности как широкие, доли сторонников и противников форм хозяйст

Таблица 2

Распределение оценок сельскими жителями собственных возможностей с учетом их отношения к разделу земли (%)

Отношение к разделу земли	Оценка собственных возможностей				
	Ограниченные	Средние	Широкие	Не ответили	Всего
Отрицательное	33,3	12,3	8,6	0	54,3
Нейтральное	2,5	2,5	1,2	0	6,2
Положительное	2,5	11,1	9,9	4,9	28,4
Не ответили	6,1	2,5		2,5	11,1
Всего	44,4	28,4	19,7	7,4	100

ния, основанных на разделенной собственности, оказались примерно одинаковыми. Высокая оценка своих возможностей, уверенность в своих силах является существенной, но недостаточной предпосылкой выбора новых форм собственности и хозяйственной деятельности.

В исследовании выявлялась также взаимосвязь оценок сельскими жителями своей деловой активности и их отношении к разделу земли. Анализ данных, представленных в таблице 3, показывает, что из числа опрошенных, выразивших положительное отношение к разделу земли (28,4%), большинство (21,0%) отмечают рост своей деловой активности. Среди тех, кто выразил отрицательное отношение к разделу земли, а их оказалось 54,3% опрошенных, большинство отмечает отсутствие изменений в своей деловой активности (37,0%) или ее снижение (13,6%), т.е. жители села, которые положительно относятся к разделу земли, значительно чаще отмечают рост своей деловой активности.

Таблица 3

Распределение оценок деловой активности сельскими жителями с учетом их отношения к разделу земли (%)

Отношение к разделу земли	Деловая активность				
	Снизилась	Без изменений	Возросла	Не ответили	Всего
Отрицательное	13,6	37,0	3,7	0,0	54,3
Нейтральное	1,2	5,0	0,0	0,0	6,2
Положительное	0,0	7,4	21,0	0,0	28,4
Не ответили	0,0	0,0	9,9	1,2	11,1
Всего	14,8	49,4	34,6	1,2	100

В ходе опроса выявлялось отношение выделенных групп сельских жителей к развитию своей деловой активности. С этой целью респондентов спрашивали, собираются ли они в ближайшее время повысить уровень своих доходов, и если да, то каким образом. Как видно из таблицы 4, выделенная нами группа сельских жителей, выразивших положительное отношение к разделу земли и имущества, в большей своей части (21,0% из 28,4%) выражает установку на повышение уровня своих доходов. В интервью эти опрошенные прямо связывают свои прогнозы с работой в новых экономических условиях, созданием и развитием собственного фермерского хозяйства или товарищества на паях. Среди опрошенных, выразивших отрицательное отношение к разделу земли и имущества хозяйства на индивиду

альные паи, также оказались те, кто выразил установку на повышение своих доходов (16,1%). Однако анализ ответов на контрольный вопрос о том, каким образом они собираются это сделать, показал, что речь идет скорее о благих пожеланиях, нежели о четких намерениях. Большинство опрошенных представителей этой группы либо вообще не ответили на вопрос о том, как они собираются повышать свои доходы, либо ограничились общими фразами.

Таблица 4

Социальная установка сельских жителей на повышение уровня доходов с учетом их отношения к разделу земли (%)

Отношение к разделу земли	Установка на повышение уровня доходов				Всего
	Не готов к повышению	Не знаю	Готов к повышению	Не ответили	
Отрицательное	19,7	18,5	16,1	0,0	54,3
Нейтральное	0,0	6,2	0,0	0,0	6,2
Положительное	5,0	2,5	21,0	0,0	28,4
Не ответили	0,0	3,7	1,2	6,1	11,1
Всего	24,7	30,9	38,3	6,1	100

В ходе опроса респондентам предлагалось оценить успешность своей хозяйственной деятельности. Полученные оценки распределились следующим образом. Большинство опрошенных сельских жителей (46,9%) оценивают успешность своей хозяйственной деятельности как среднюю. При этом остальные склонны оценивать успешность своей хозяйственной деятельности скорее как низкую (39,5%), чем как высокую (8,7%). Сравнительный анализ распределений оценок успешности своей хозяйственной деятельности в группах опрошенных, различающихся по типу отношения к смене формы собственности, представленный в таблице 5, показывает, что большинство опрошенных, выразивших отрицательное отношение к разделу собственности, оценивают успешность своей хозяйственной деятельности как низкую (37,3%) или как среднюю (18,5%). Среди тех, кто оценивает успешность своей хозяйственной деятельности как среднюю или высокую, представлены как сторонники, так и противники частной собственности (соответственно 28,4% и 21,0%). Таким образом, низкая оценка успешности своей хозяйственной деятельности и отрицательное отношение к частной собственности взаимосвязаны.

Однако сравнительно высокие оценки успешности наблюдаются у представителей обеих групп, как позитивно, так и негативно относящихся к приватизации.

Таблица 5

Распределение оценок сельскими жителями успешности своей хозяйственной деятельности с учетом их отношения к разделу земли (%)

Отношение к разделу земли	Оценка успешности хозяйственной деятельности				
	Низкая	Средняя	Высокая	Не ответили	Всего
Отрицательное	33,3	18,5	2,5	0,0	54,3
Нейтральное	0,0	6,2	0,0	0,0	6,2
Положительное	0,0	22,2	6,2	0,0	28,4
Не ответили	6,2	0,0	0,0	4,9	11,1
Всего	39,5	46,9	8,7	4,9	100

Полученные данные показывают, что группа сельских жителей, выступающих за изменение формы собственности, в целом более высоко оценивает свою деловую активность, собственные возможности и успешность своей хозяйственной деятельности. Это подтверждает наше предположение о том, что данная группа по своим социально-психологическим характеристикам близка предпринимателям. Полученные данные свидетельствуют также о том, что субъективные оценки собственных возможностей и успешности своей хозяйственной деятельности неоднозначно связаны с отношением к разделу собственности. Низкие оценки по этим показателям чаще сочетаются с негативным отношением к изменению формы собственности. Однако среди тех, кто оценивает свои возможности и результаты на среднем и высоком уровне, встречаются как сторонники приватизации, так и ее противники, т.е. оценки своей хозяйственной деятельности и себя как ее субъекта, с одной стороны, и отношения, связанные с предпочтением формы собственности, с другой, проявились в нашем исследовании как относительно независимые феномены. Высокая самооценка субъекта экономической деятельности является, по всей видимости, необходимым, но недостаточным основанием выбора (предпочтения) новых форм собственности.

Одной из задач исследования была оценка удовлетворенности сельских жителей результатами своей хозяйственной деятельности

и выявление ее связи с оценками успешности деятельности. Полученные результаты (см. таблицу 6) показывают, что большинство опрошенных сельских жителей (46,9%) не удовлетворены результатами своей хозяйственной деятельности. Они рассматривают затрачиваемые усилия и ресурсы как не соответствующие получаемым результатам. Причиной такого состояния респонденты считают экономическую политику государства (налоговую систему, ценообразование, отсутствие государственной поддержки сельских производителей и т. п.). Вместе с тем имеется сравнительно небольшая группа респондентов, оценивших удовлетворенность результатами своей хозяйственной деятельности как среднюю (18,5%) и даже высокую (13,6%).

Таблица 6

Распределение оценок сельскими жителями удовлетворенности результатами своей хозяйственной деятельности с учетом отношения к разделу земли (%)

Отношение к разделу земли	Удовлетворенность результатами деятельности				
	Низкая	Средняя	Высокая	Не ответили	Всего
Отрицательное	37,0	0,0	2,5	14,8	54,3
Нейтральное	1,2	3,7	1,2	0,0	6,2
Положительное	3,7	14,8	9,9	0,0	28,4
Не ответили	4,9	0,0	0,0	6,2	11,1
Всего	46,9	18,5	13,6	21,0	100

Анализ взаимосвязи между оценками удовлетворенности результатами своей хозяйственной деятельности и отношением сельских жителей к формам собственности, представленный в таблице 6, показывает, что большинство опрошенных, выразивших отрицательное отношение к разделу земли, отмечает низкую удовлетворенность результатами своей хозяйственной деятельности (37,0% из 54,3% противников приватизации оценили свою удовлетворенность ниже среднего уровня). Среди тех, кто выразил положительное отношение к разделу земли, большинство оценивает удовлетворенность достигнутыми результатами как среднюю (14,8%) или как высокую (9,9%). Таким образом, выделенная группа сторонников смены формы собственности (в отличие от большинства сельских жителей) отмечает более высокую удовлетворенность результатами своей хозяйственной деятельности.

Соотношение оценок удовлетворенности результатами своей хозяйственной деятельности и отношения к разделу земли существенно отличается от того, которое проявилось при оценке собственных возможностей и успешности хозяйственной деятельности. В данном случае наблюдается практически полное соответствие в распределениях оценок, что подтверждается наличием высокой корреляционной связи между показателями ($p = 0,01$). Таким образом, из всех показателей, характеризующих оценку себя как субъекта экономической деятельности, именно удовлетворенность ее результатами наиболее тесно связана с отношением к формам собственности. Можно определенно отметить, что чем выше удовлетворенность сельских жителей результатами своей хозяйственной деятельности, тем более позитивно они относятся к новым формам собственности. С психологической точки зрения эти данные можно объяснить тем, что оба показателя (удовлетворенность результатами и отношение к разделу земли) носят выраженный характер субъективных эмоциональных оценок. В то же время оценки собственных возможностей и успешности своей деятельности более рациональны по своей сути.

Социально-психологические факторы деловой активности и типология субъектов экономической деятельности

Оценка сельскими жителями своей деловой активности и успешности хозяйственной деятельности

Анализ процентного распределения ответов, представленных в таблице 7, показывает, что опрошенные значительно различаются в оценках своей деловой активности и прогнозах ее изменения. 34% отмечают повышение деловой активности, причем более половины из них считают, что она и в дальнейшем будет возрастать. 49,4% не отмечают существенных изменений. Вместе с тем 14,8% респондентов считают, что их активность в последнее время несколько понизилась, в том числе 3,7% ожидают ее дальнейшего снижения. На основании полученных эмпирических данных можно сделать вывод о том, что существуют группы людей, различающихся по субъективным оценкам динамики своей деловой активности (ее повышения, сохранения на прежнем уровне и понижения). При этом доля опрошенных, отмечающих повышение своей деловой активности оказалась значительно (более чем в 2 раза) выше доли тех, кто отмечает ее снижение.

Интересно, что среди тех, кто отметил повышение деловой активности за последнее время, большая часть опрошенных прогнозируют

Таблица 7

Оценка изменения в уровне деловой активности

Варианты ответов	% ответивших
Активность возросла и будет возрастать	24,7
Активность повысилась, но ближайшее время не изменится	9,9
Осталась на том же уровне, что и раньше	49,4
Активность в последнее время несколько понизилась	11,1
Активность не только понизилась, но и будет снижаться	3,7
Не знаю	1,2

и дальнейший ее рост. Однако среди тех, кто отметил снижение деловой активности, дальнейшее ее снижение прогнозирует меньшая часть опрошенных (по сравнению с теми, кто считает, что в ближайшее время этот показатель не изменится). Иными словами, соотношение ретроспективных оценок и экспектаций носит различный характер у субъектов, отмечающих улучшение или ухудшение своей деловой активности.

Характерно, что показатель оценки деловой активности статистически связан с социально-демографическими показателями: возрастом и образованием опрошенных ($p=0,05$). Более молодые опрошенные, имеющие и более высокий уровень образования, склонны более высоко оценивать свою деловую активность.

Результаты рангового корреляционного анализа данных выявили высокую статистическую связь оценки деловой активности с такими показателями, как ретроспективная оценка изменений в условиях развития хозяйственной деятельности ($r=0,317$) и намерение повысить уровень доходов ($r=0,346$) (связь значима при уровне $p < 0,01$). Таким образом, полученные данные с высокой достоверностью свидетельствуют о том, что деловая активность сельских жителей в большой степени зависит от оценки благоприятности условий развития хозяйственной деятельности и желания повысить уровень доходов. Результаты рангового корреляционного анализа обнаруживают также наличие значимых связей оценки деловой активности с оценками уровня жизни семьи в настоящее время, изменений в жизненном уровне семьи, успешности своей хозяйственной деятельности, а также собственных возможностей ($p < 0,05$). Результаты пошагового регрессионного анализа показывают, что из исследуемых факторов наи-

большее влияние на оценку уровня деловой активности оказывает оценка собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности ($p < 0,01$).

Наиболее высокую деловую активность проявляют те респонденты, которые в наибольшей степени рассчитывают на свои собственные возможности. Они более высоко оценивают личное материальное положение, добиваются большего успеха в хозяйственной деятельности и наиболее позитивно оценивают благоприятность экономических условий для ее осуществления. Респонденты, отмечающие снижение своей деловой активности, отличаются противоположными характеристиками. Таким образом, налицо значительная дифференциация сельских жителей не только по имущественному положению, но и по социально-психологическим признакам, связанным с оценками своей экономической деятельности и самих себя как ее субъектов.

Данные корреляционного анализа показали наличие статистически значимой связи показателей оценок собственных возможностей и успешности хозяйственной деятельности сельских жителей ($r=0,506$, $p < 0,01$). Это свидетельствует о важной роли самостоятельности и опоры на собственные возможности для успешности хозяйственной деятельности. Оценка успешности хозяйственной деятельности респондентов оказалась положительно связана также с оценкой удовлетворенности ее результатами.

Результаты корреляционного анализа показывают наличие статистически значимых связей отношения к формам собственности и хозяйственной деятельности на селе со следующими показателями: оценки и прогноза деловой активности, уровня притязаний в хозяйственной деятельности, прогноза жизненного уровня семьи, оценки собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности и удовлетворенности ее результатами, отношения к риску и конкуренции в хозяйственной деятельности.

В целом можно отметить, что сторонников раздела земли и имущества на паи характеризуют такие психологические особенности, как более оптимистичная оценка и прогноз изменения жизненного уровня семьи, более высокий уровень притязаний в сфере хозяйственной деятельности, более высокая оценка собственной деловой активности и прогноз ее повышения в будущем. Сторонников фермерства отличает, кроме того, более высокая оценка собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности, склонность к конкуренции и умеренному риску, ориентация на самостоятельность в хозяйственной деятельности.

Полученные результаты подтверждают нашу гипотезу о том, что психологические отношения субъектов экономической деятельности выступают существенными факторами, определяющими уровень и направленность их деловой активности. Как показали данные парных распределений, самооценка субъекта экономической деятельности и оценка ее результатов неоднозначно связаны с предпочтением форм собственности. Высокая оценка собственных возможностей и успешности хозяйственной деятельности встречается как у сторонников, так и у противников приватизации, т. е. предпочтение формы собственности проявляется как относительно самостоятельный социально-психологический феномен, выступающий критерием межгрупповой дифференциации в сельских общностях.

Социально-психологическая типология субъектов экономической деятельности

Обобщение результатов проведенных эмпирических исследований позволяет сделать вывод о том, что в условиях радикальной экономической реформы формируются принципиально различные социально-психологические группы (или социальные типы) сельских жителей, различающиеся отношением к новым формам собственности и психологической готовностью к экономической деятельности в новых условиях. Их объединяет неудовлетворенность материальным положением своих семей, негативная в целом оценка благоприятности экономических условий для успешной хозяйственной деятельности. Однако они принципиально различаются в содержании установок на способы преодоления этих трудностей.

Представителей первой группы объединяет негативное отношение к формам экономической деятельности, основанное на частной собственности (к приватизации предприятий, фермерству, предпринимательству, коммерции). В рамках этой группы выделяются следующие типы. Последовательные сторонники традиционных форм хозяйственной деятельности («традиционный тип»). Для них характерно предпочтение традиционных форм экономической деятельности (работа на государственном предприятии и нетоварное производство сельскохозяйственной продукции в личном подсобном хозяйстве). Отличительной особенностью этой группы является практически полное отсутствие представителей теоретически возможного типа, который соединял бы в себе негативное отношение к новым формам экономической деятельности с готовностью к их реализации на поведенческом уровне (с намерением создать собственное дело, стать

предпринимателем). Вместе с тем в рамках этой группы выделяется социально-психологический тип, характеризующийся «вынужденной деловой активностью», чье реальное экономическое поведение вступает в противоречие с психологическим отношением к формам собственности. Сюда относятся работники предприятий, форма собственности которых изменилась вопреки их желаниям, а также «предприниматели поневоле», вынужденные заниматься бизнесом в силу внешних обстоятельств (потеря работы, невозможность обеспечить семью). Более дифференцированный анализ позволяет выделить среди них тех, кто достаточно высоко оценивает свои возможности в экономической деятельности, и тех, кто оценивает их как ограниченные, субъективная оценка уровня своей деловой активности у представителей этого типа также может различаться.

Представители второй группы более терпимо относятся к новым формам собственности (относятся к ним позитивно или, по крайней мере, нейтрально). Мы объединяем эти группы, так как они достаточно сходны по психологическим характеристикам предпочтения и реального выбора форм собственности и экономической деятельности. Здесь выделяется социально-психологический тип, характеризующийся сочетанием позитивного (или нейтрального) отношения к новым формам экономического поведения с отсутствием поведенческой готовности к его реализации. Его представители характеризуются пассивно-выжидательной позицией в отношении происходящих изменений, поэтому его можно обозначить как «пассивно-выжидательный тип». «Пассивно-приспосабливающийся тип» характеризуется безразличным (нейтральным) отношением к новым формам собственности и экономической деятельности и невысокой психологической готовностью к ним. Причиной этого является низкий уровень мотивации и низкая самооценка собственных возможностей в сфере экономической деятельности.

Представители выделенных типов имеют сходные психологические особенности. Они не связывают надежд на улучшение своего жизненного уровня с переходом к рыночной экономике. Их отличает сравнительно низкий уровень притязаний в хозяйственной сфере, пессимизм в оценке и прогнозе своего материального благополучия. Они в целом более низко оценивают собственные возможности в решении хозяйственных проблем, отрицательно относятся к риску и конкуренции в экономической деятельности. Существенным фактором уровня деловой активности представителей этих типов является оценка благоприятности внешних условий для осуществления хозяйственной деятельности. Они высоко оценивают зависимость

успешности своей экономической деятельности от влияния внешних факторов (экономической политики государственных и местных органов власти, руководства организации, сложившихся обстоятельств).

Таблица 8

Типология субъектов экономической деятельности.
Отношение к новым формам экономической деятельности
(н. ф. э. д.) и психологическая готовность к их реализации

Отношение к новым формам экономической деятельности	Психологическая готовность к реализации		
	Высокая	Условная	Низкая
Положительное	Активно реализующийся	Условно активный	Пассивно выжидающий
Нейтральное	Вынужденно активный	Пассивно приспособливающийся	
Отрицательное		Традиционный	

Представители третьей группы проявляют не только позитивное отношение к новым формам экономической деятельности, но и готовность к активным действиям. При этом одна категория опрошенных («условно активный», или ориентированный на внешнюю поддержку тип) ставит свое отношение к новым формам экономической деятельности и свою готовность к ним в зависимость от благоприятности внешних условий, поддержки со стороны госпредприятий и властных структур. Другая, ориентируясь на внутренние возможности, активно ищет выход из сложившейся критической ситуации, пытаясь найти новые источники доходов, используя новые формы хозяйственной деятельности. Представители этого типа (в основном предприниматели сферы малого бизнеса, фермеры, коммерсанты) характеризуются не только позитивным отношением к новым формам собственности и экономической деятельности и готовностью к работе в новых условиях, но и реализацией своего отношения в экономическом поведении. Это «активно реализующийся» в экономической деятельности тип.

Полученные результаты подтвердили гипотезу нашего исследования о том, что в условиях аграрной реформы, связанной с изменением форм собственности на средства производства, в сельских общностях формируются социально-психологические группы или типы, различающиеся по социально-психологическим критериям выбора (предпочтения) формы собственности. Представители этих типов различаются психологическими отношениями в сфере экономичес-

кой деятельности и особенностями регуляции их деловой активности. В сходных социально-экономических условиях, определяемых большинством опрошенных как неблагоприятные для осуществления хозяйственной деятельности, выделяется категория опрошенных, которые более высоко оценивают уровень собственных возможностей в решении своих экономических проблем, проявляют более высокую деловую активность и выше оценивают успешность своей хозяйственной деятельности. Представители этой группы не только более позитивно относятся к новым формам экономической деятельности, основанным на высокой самостоятельности и персональной ответственности за результаты своей хозяйственной деятельности, но и выражают готовность к реализации этого отношения в реальном поведении, связанном с выбором формы собственности.

Остается ответить на вопрос о том, оказывают ли выявленные в исследовании социально-психологические феномены влияние на реальное экономическое поведение, связанное с выбором формы собственности. Для ответа на этот вопрос мы посчитали необходимым провести сравнительный анализ данных, полученных по результатам стандартизированного интервью на двух выборках сельских жителей: работников коллективных предприятий и фермеров, т. е. людей, реализовавших свой выбор.

Социально-психологические особенности работников коллективных предприятий и сельских предпринимателей

В ходе исследований социально-психологических факторов деловой активности представителей различных социальных групп (см. выше) мы обнаружили, что наиболее дифференцирующими признаками субъектов экономической деятельности является оценка динамики изменения своей деловой активности, а также оценки собственных возможностей в решении своих экономических проблем, успешности своей экономической деятельности и удовлетворенности достигнутыми результатами. В рамках данного исследования проверялась гипотеза о том, что по этим показателям обнаружатся значимые различия между представителями групп сельских жителей, различающихся реальным выбором формы собственности. Первую выборку (81 чел.) составили работники коллективных предприятий А/О Правдинское и КП им. В. А. Емельянова, вторую (33 чел.) – руководители крестьянских фермерских хозяйств.

Таблица 9 показывает, что большинство опрошенных фермеров отмечают повышение уровня своей деловой активности, причем по-

что половина опрошенных прогнозирует дальнейшее его повышение. Понижение своей деловой активности отмечают лишь 18,2% опрошенных.

Таблица 9

Оценка фермерами изменения в уровне деловой активности

Варианты ответов	% ответивших
Активность возросла и будет возрастать	48,5
Активность повысилась, но ближайшее время не изменится	15,2
Осталась на том же уровне, что и раньше	21,2
Активность в последнее время несколько понизилась	9,1
Активность не только понизилась, но и будет снижаться	6,1
Всего	100,0

Эти оценки существенно отличаются от сводных данных по группе работников коллективных предприятий (см. таблицу 2 в главе 10), где большинство опрошенных отметило, что их деловая активность осталась на прежнем уровне, и лишь треть из них отметили ее повышение (различия в распределении частот ответов по критерию χ^2 статистически значимы, $p < 0,05$).

Однако наиболее значительные различия обнаружилось в оценках собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности. Здесь распределения ответов оказались прямо противоположными: в группе фермеров доля опрошенных, оценивающих свои возможности как широкие, вдвое больше доли тех, кто оценивает их как ограниченные (48,5% и 21,2%, соответственно). В выборке же, представленной работниками коллективных предприятий, напротив, вдвое преобладает доля опрошенных, оценивших свои возможности как ограниченные (44,4% против 19,8% оценивших свои возможности как широкие). Различия в распределении частот ответов статистически значимы на уровне $p < 0,01$.

Таким образом, оценки собственных возможностей и уровня своей деловой активности проявили себя как социально-психологические признаки, четко дифференцирующие психологические отношения в сфере экономической деятельности у представителей исследуемых групп. Полученные результаты подтверждают гипотезу нашего исследования о принципиальных различиях между представителями групп сельских жителей, различающихся по вы-

Таблица 10

Распределение оценок собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности фермеров и работников коллективных предприятий (в % к числу опрошенных)

Группы опрошенных	Оценка собственных возможностей				
	Ограниченные	Средние	Широкие	Не ответили	Всего
Работники коллективных предприятий	44,4	28,4	19,8	7,4	100
Фермеры	21,2	30,3	48,5		100

бору формы собственности, по социально-психологическим признакам, связанным с оценкой своей экономической деятельности и себя как ее субъектов.

Однако анализ оценок успешности своей хозяйственной деятельности и удовлетворенности ее результатами дал неожиданный результат. В обеих выборках оценки успешности своей хозяйственной деятельности оказались весьма дифференцированы. При этом соотношение долей опрошенных, оценивших успешность своей деятельности как высокую, среднюю или низкую, оказалось практически одинаковым (различия в распределении частот ответов статистически незначимы). Несмотря на то, что доля опрошенных фермеров, оценивших свои успехи выше среднего уровня, более чем вдвое превышает аналогичную долю работников коллективных предприятий, доли опрошенных, оценивших свои успехи как незначительные, весьма близки. Не обнаружилось значимых различий и в оценках опрошенными удовлетворенности результатами своей хозяйственной деятельностью. В выборке фермеров доля опрошенных, удовлетворенных достигнутыми результатами в высокой или средней степени, оказалась несколько выше, чем в группе работников коллективных хозяйств. Однако в обеих группах число неудовлетворенных достигнутыми результатами превышает число удовлетворенных, и средний балл оценки в обоих случаях оказался ниже среднего по шкале значения (см. таблицу 11).

Эти данные, так же как и оценки уровня материального благосостояния семей, свидетельствуют о крайней субъективности оценок, связанных с результатами экономической деятельности и уровнем материального благосостояния — его существенным показателем. Категория успешности применительно к экономической деятель-

Таблица 11

Распределение оценок, данных сельскими жителями, успешности и удовлетворенности результатами своей хозяйственной деятельности

Группы опрошенных	Успешность хозяйственной деятельности				
	Низкая	Средняя	Высокая	Не ответили	Всего
Работники коллективных предприятий	39,5	46,9	8,7	4,9	100,0
Фермеры	33,3	48,5	18,2	0	100,0
Группы опрошенных	Степень удовлетворенности результатами				
	Низкая	Средняя	Высокая	Не ответили	Всего
Работники коллективных предприятий	46,9	18,5	13,6	21,0	100,0
Фермеры	42,4	27,3	18,2	12,1	100,0

ности оказывается одной из наиболее субъективных и неоднозначно трактуемых ее субъектами. То, что представляется для одного человека явным успехом, для другого будет являться рядовым результатом, а для третьего – свидетельством явной неудачи в делах. В этой связи особый интерес представляет сравнение уровня притязаний и целей в экономической деятельности, которые выступают отправной точкой в оценке достигнутых результатов.

На вопрос о том, какие из предложенных целей хозяйственной деятельности являются наиболее актуальными для наших респондентов, были обнаружены значимые различия. Большинство опрошенных фермеров (57,6%) ставит своей целью жить лучше, чем сейчас живут на селе. Меньшая часть опрошенных (21,2%) намерена создать капитал и стать владельцем собственного предприятия. Среди работников коллективных предприятий для половины опрошенных актуальными целями их хозяйственной деятельности является обеспечить прожиточный минимум или жить не хуже других. Понятно, что в зависимости от поставленных перед собой экономических целей человек оценивает и свои достижения.

Сходные результаты дает сравнение ответов о предпочитаемом способе хозяйствования. Большинство опрошенных работников коллективных хозяйств (67,9%) предпочитают иметь небольшой, но стабильный заработок. Среди фермеров большая часть опрошенных (54,5%) предпочитает иметь собственное дело, которое потребует длительной отдачи сил, но в случае успеха принесет им значитель-

ный доход, т. е. если в среде работников коллективных хозяйств преобладает психология наемного работника, то в среде фермеров – ориентация на экономическую самостоятельность и достижение успеха.

В ответах на вопрос о намерении повысить уровень своих доходов между исследуемыми группами сельских жителей были обнаружены не только количественные, но и качественные различия. Такое намерение высказали 38,3% работников коллективных хозяйств и 66,7% фермеров. При этом в ответах на дополнительный вопрос о предполагаемых способах достижения этой цели фермеры проявили значительно большую детальность суждений и изобретательность. Типичный ответ работника коллективного предприятия – лучше работать, больше зарабатывать. В среде фермеров мы познакомились с детально проработанными бизнес-планами развития хозяйств с учетом региональной специфики и особенностей спроса на различные виды продукции. Коммерческая и посредническая деятельность, которой реально занимаются многие из опрошенных фермеров, воспринимается ими как в основном вынужденная и временная.

Однако наиболее яркие различия между работниками коллективных хозяйств и фермерами обнаружили в ответах на вопрос о том, от чего и в какой степени зависит, по их мнению, развитие их хозяйственной деятельности. Фермеры в 5 раз чаще отмечали ответ «от меня самого» и в 2 раза чаще – от законодательства. Работники же коллективных хозяйств чаще давали ответы: «от местных органов власти», «от сложившихся обстоятельств», «от руководителя предприятия». Эти данные убедительно подтверждают положение о том, что выбор частной формы хозяйствования непосредственно связан с ориентацией субъекта на свои собственные силы и способностью взять на себя ответственность за результаты своей деловой активности, т. е. с преобладанием интернальности в сфере экономической деятельности.

Проблема риска является одной из центральных в экономической деятельности сельских жителей. Однако у фермеров риски, связанные с непредсказуемостью погодных условий, усугубляются рисками, связанными с непредсказуемостью экономической ситуации в стране и регионе, зависимостью результатов их бизнеса не только от полученного урожая, но и от рыночной конъюнктуры. Сельским предпринимателям приходится работать в условиях высокой неопределенности и непредсказуемости, в связи с этим часто возникает необходимость принимать рискованные решения и нести личную ответственность за результаты своей деятельности. Поэтому важно знать, как они относятся к риску, какую степень риска допускают в своей экономической деятельности.

Таблица 12

Степень предпочитаемого риска в хозяйственной деятельности
(% к числу опрошенных)

Варианты ответа	Работники коллективных предприятий	Фермеры
Отсутствие риска	42,0	3,0
Малый риск	23,5	42,4
Средний риск	24,7	36,4
Большой риск	8,6	15,2
Не ответили	1,2	3,0
Всего	100,0	100,0

Из представленных в таблице 12 данных видно, что большинство опрошенных работников коллективных предприятий предпочитают работать, когда риск отсутствует (42%) или когда он мал (23,5%). Опрошенные нами фермеры выражают предпочтение ситуациям, когда риск мал (42,4%) или среднюю степень риска (36,4%). Некоторые фермеры допускают, что они могут работать и в ситуациях, когда риск велик (15,2%), но лишь один из опрошенных ответил, что хотел бы работать, когда риск отсутствует. В то же время самая малочисленная группа опрошенных работников коллективных предприятий высказывает предпочтение работать, когда риск велик (8,6%).

Полученные результаты можно объяснить тем, что сельским жителям всегда необходимо учитывать риск, связанный с природными, климатическими особенностями центральной России. А сельские предприниматели рассчитывают не только на милость природы, но и на свои способности, активность, ресурсы, финансы и т.д., т.е. внутренние условия, которые можно в той или иной мере прогнозировать.

В обеих группах специально изучался такой социально-психологический фактор, как отношение к соревнованию (конкуренции) в экономической деятельности. Мнение работников коллективных предприятий разделилось почти пополам: 39,5% опрошенных любят соревноваться и предпочитают конкуренцию, 48,2% не любят соревноваться, и только 8,6% не смогли определить, какое отношение у них преобладает. Фермеры в большинстве своем (48,5%) предпочитают жить и работать в условиях соревнования, 27,3% считают, что в их хозяйственной деятельности периодически возникают ситуации соревнования. Доля опрошенных фермеров, заявивших, что они

не любят соревноваться (18,2%), почти в два раза меньше, чем в группе работников коллективных предприятий, и только один из опрошенных высказал мнение, что ему чуждо это чувство.

На основании полученных количественных данных, а также исходя из результатов качественного анализа высказываний респондентов по данному вопросу, можно сделать вывод о том, что сельские жители, и особенно работники коллективных предприятий, в целом очень осторожно относятся к риску. Они не видят перспективы изменений своими силами результатов своей хозяйственной деятельности в лучшую сторону в случае серьезной неудачи (разорения). В этом случае они склонны надеяться на помощь государства и местных органов власти или в меньшей степени на помощь родственников, соседей, товарищей по работе. Взаимная помощь и выручка в критических ситуациях считается нормой. Отношение к соревнованию (конкуренции) в хозяйственной деятельности оказалось чрезвычайно важным дифференцирующим признаком, связанным не только с отношением к новым формам собственности, но и с личностными особенностями (полом и возрастом). Мужчины и молодежь в целом более позитивно относятся к соревнованию (конкуренции). Вместе с тем в среде сельских жителей доминируют ценности общения, взаимной помощи, уважения и внимания в межличностных отношениях.

Фермеры в большей степени склонны к умеренному риску. Они рискуют своей собственностью за результаты своего бизнеса, часто ставят на карту все, что имеют, поэтому возможность все потерять за-

Таблица 13

Распределение оценок отношения к соревнованию (конкуренции)
у работников коллективных предприятий и фермеров
(% опрошенных)

Варианты ответов	Работники коллективных предприятий	Фермеры
Мне чуждо это чувство	9,9	3,0
Я не люблю соревнование	38,3	18,2–
И соревнуюсь, и нет	8,6	27,3
Мне нравится соревноваться	30,9	12,1
Предпочитаю жить и работать в условиях конкуренции	8,6	36,4
Не ответили	3,7	3,0
Всего	100,0	100,0

ставляет их хорошо продумывать свои действия. Однако, по их мнению, без некоторой доли риска не начинается ни одно новое дело и невозможно достичь успеха. В случае неудачи они надеются только на свои силы или, что гораздо реже, ищут надежного компаньона. Вопрос об отношении к соревнованию вызвал у респондентов серьезные затруднения. Они четко дифференцировали свое отношение к соревнованию, которое в большей степени связывается в их понимании с состязательностью, стремлением добиться более высоких результатов в хозяйственной деятельности (хороший урожай, крепкое хозяйство и т. д) и к конкуренции, которая понимается ими как соперничество, противоборство и вызывает чаще неприязненное отношение.

Эти результаты свидетельствуют о том, что сельские предприниматели уверены в своих силах, самостоятельны, у них уже есть стратегия изменения своей хозяйственной деятельности в отличие от большинства работников коллективных предприятий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенного исследования показывают, что в условиях изменения форм собственности в среде сельских жителей активизируются процессы межгрупповой дифференциации по психологическим критериям, связанным с отношением к новым формам собственности. Эта дифференциация не сводится к простой дихотомии: сторонники или противники фермерства, сельские предприниматели или работники, предпочитающие традиционные формы собственности и экономической деятельности. Эмпирически выявленные различия в психологических отношениях к фермерству и готовности создать личное фермерское хозяйство свидетельствуют о том, что позитивное или негативное отношение к фермерству является существенным, но не единственным фактором, определяющим реальный выбор формы собственности. Более важным фактором оказалась психологическая готовность к фермерству, т. е. активная установка на поведение, связанное с практической реализацией этой формы экономической деятельности. Сама же психологическая готовность определяется сочетанием, по крайней мере, двух других психологических факторов: оценкой благоприятности внешних экономических условий для реализации своего намерения создать фермерское хозяйство и оценкой собственных возможностей для успешного ведения фермерского хозяйства.

Сходные объективные по отношению к жизнедеятельности субъектов социально-экономические условия и процессы по-разному воспринимаются и оцениваются людьми. При этом различия в оценках благоприятности условий экономической деятельности оказались тесно связанными с различиями в оценках экономических условий жизнедеятельности: жизненного уровня своей семьи, собственного материального благосостояния, которое, в свою очередь, в большой степени определяется результатами собственной хозяйственной дея-

тельности. Эти результаты свидетельствуют о том, что субъективная оценка собственного материального благосостояния и характера его изменения выступает важным критерием оценки благоприятности или неблагоприятности внешних экономических условий.

Обобщение результатов проведенных эмпирических исследований позволяет сделать вывод о том, что в условиях радикальной экономической реформы формируются принципиально различные социально-психологические группы (или социальные типы) сельских жителей, различающиеся по своему отношению к новым формам собственности и психологической готовности к экономической деятельности в новых условиях.

В целом выявлены существенные социально-психологические различия между группами сельских жителей по критерию реального выбора формы собственности и вида экономической деятельности. Эти различия связаны, прежде всего, с оценками своей экономической деятельности, деловой активности и себя как ее субъектов. Таким образом, основная гипотеза нашего исследования о том, что выбор субъектом того или иного вида экономической деятельности и лежащей в его основе формы собственности на средства производства связан с особенностями его психологических отношений, нашла эмпирическое подтверждение.

Раздел 5

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВВЕДЕНИЕ

Результаты зарубежных и отечественных исследований в области социальной и экономической психологии свидетельствуют, что в сходных экономических условиях представители различных социальных групп, в том числе и предприниматели, по-разному строят свою экономическую деятельность. Стратегии предпринимательской деятельности во многом обуславливаются социально-психологическими факторами, поэтому исследование таких факторов представляется чрезвычайно перспективным направлением социальной и экономической психологии.

Понятие *деловой активности* является центральным в концептуальной схеме социально-психологического анализа экономической деятельности предпринимателей. Деловая активность выражает внутреннюю психологическую природу активности субъекта (предпринимателя), которая является избирательной, связанной прежде всего с выбором стратегий и конкретных форм экономического поведения предпринимателей в меняющихся условиях. Психологическую основу деловой активности составляют цели и мотивы, социальные установки, ожидания и намерения, а также другие компоненты мотивационной сферы предпринимателя, побуждающие и регулирующие, в частности, его экономическую деятельность. Понятие деловой активности позволяет выполнять не только качественный, но и количественный анализ экономической деятельности, связанный с оценкой степени выраженности деловой активности и ее динамики (повышения или понижения).

Другим важным элементом концептуальной схемы нашего исследования становится понятие *психологического отношения*, под которым понимаются, прежде всего, особенности оценки различных объектов, событий, явлений, связанных с экономической деятельностью предпринимателей и выступающих ее внешними условиями.

Предполагается, что данные отношения оказывают влияние на качественные и количественные характеристики экономической деятельности, т. е. именно они выступают социально-психологическими факторами деловой активности предпринимателей. Регулирующее влияние психологических отношений (оценок) предпринимателей проявляется в индивидуальном и групповом своеобразии их экономической деятельности, в выборе ее форм, а главное — в направленности и уровне их деловой активности.

Целью данного исследования является изучение социально-психологических факторов — регуляторов деловой активности российских предпринимателей в условиях экономической реформы.

С этой целью были сформулированы следующие исследовательские задачи.

1. Выделить совокупность социально-психологических феноменов, оказывающих действительное влияние на деловую активность российских предпринимателей.
2. Разработать методику изучения социально-психологических признаков деловой активности.
3. Проанализировать взаимосвязи между социально-психологическими феноменами — регуляторами деловой активности предпринимателей — с целью выделения их констелляций (факторов).
4. Выявить группы (типы) предпринимателей, различающиеся по социально-психологическим критериям деловой активности.
5. Выделить основные эмпирические признаки успешности предпринимательской деятельности.
6. Выявить региональные и гендерные особенности основных социально-психологических характеристик российских предпринимателей и проанализировать их динамику в изменяющихся социально-экономических условиях.

В исследовании мы предполагали проверить следующие гипотезы:

1. Психологические отношения в предпринимательской деятельности выступают существенными социально-психологическими факторами, определяющими уровень деловой активности предпринимателей и его динамику во времени.

Уровень деловой активности предпринимателей и ее динамика (повышение или понижение) во времени в значительной степени определяются такими факторами, как:

- оценка благоприятности—неблагоприятности внешних экономических условий для развития предпринимательства (включая оценку прежних условий и прогноз их изменения);

- оценка материального уровня жизни своей семьи (включая оценку прежнего уровня и прогноз его изменения);
 - оценка собственных возможностей в развитии бизнеса;
 - отношение предпринимателей к риску и конкуренции;
 - оценка успешности своей предпринимательской деятельности и удовлетворенность ее результатами.
2. Существуют типы предпринимателей, различающиеся социально-психологическими критериями их деловой активности: первый тип предпринимателей в своей экономической деятельности склонен ориентироваться в большей степени на субъективную оценку благоприятности — неблагоприятности внешних экономических условий, тогда как другой предпринимательский тип — на оценку собственных возможностей в развитии бизнеса. В зависимости от соотношения этих оценок разные типы предпринимателей используют различные стратегии в деятельности, а также проявляют разный уровень деловой активности.
 3. Социально-психологические феномены, оказывающие влияние на деловую активность предпринимателей, могут выступать в качестве параметров разработки социально-психологических показателей не только оценки, но и прогноза деловой активности предпринимателей. Такой прогноз может быть основан на оценках различных сторон жизнедеятельности предпринимателей, сделанных во временном континууме (оценки прошлого, настоящего и будущего).
 4. Психологические отношения предпринимателей к своей деятельности характеризуются сочетанием устойчивости и изменчивости. Наряду с устойчивыми социально-психологическими признаками, характеризующими предпринимателей как особую социальную группу, в психологических отношениях предпринимателей могут проявляться динамические тенденции, связанные с изменением исследуемых показателей.
 5. Существуют различия в психологических отношениях к предпринимательской деятельности московских предпринимателей и предпринимателей из других регионов России, а также предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин. Эти различия определяются, с одной стороны, различиями в социально-экономических условиях осуществления предпринимательства в столице и в других регионах, а с другой — социально-психологическими особенностями этих групп предпринимателей.

При формулировании этой гипотезы мы исходили из предположения, что социально-экономические условия предпринимательской деятель-

ности в столице как центре российского бизнеса в целом характеризуются большей степенью сформированности рыночных отношений и в большей степени выражают общероссийские тенденции их изменения (т. е. развитие социально-экономической инфраструктуры бизнеса происходит в Москве как бы с опережением). Мы предполагали также, что у московских предпринимателей в большей степени выражены социально-психологические характеристики, отличающие российских предпринимателей как представителей специфической социальной группы, т. е. московские предприниматели отличаются большей сформированностью психологических отношений, характерных для новых российских предпринимателей.

Основным аналитическим подходом при выполнении исследования стал сравнительный анализ результатов, полученных на представительной выборке предпринимателей, проживающих и ведущих свой бизнес в Москве, с результатами опроса предпринимателей из других регионов Центральной России.

Основным методом получения первичных данных было стандартизированное интервью по программе, специально разработанной для данного исследования. Использовалась только индивидуальная форма проведения интервью. Применялись также шкалы для оценки различных социально-психологических феноменов — возможных регуляторов деловой активности предпринимателей.

Объект исследования — российские предприниматели сферы малого и среднего бизнеса. Выборка исследования по социально-демографическим признакам репрезентативна современному состоянию группы российских предпринимателей. По сферам предпринимательской деятельности в исследовании участвовали представители производства и обслуживания, банков и бирж, оптовой и розничной торговли и др.

В качестве объекта эмпирического исследования мы остановились на предпринимателях, работающих в сфере среднего и малого бизнеса, поскольку они представляют наиболее многочисленную группу деловых людей, кроме того, именно в этих сферах социально-психологические проблемы играют особенно важную роль. Объектами эмпирического исследования выступали российские предприниматели сферы малого и среднего бизнеса — участники Международных конгрессов «Малое и среднее предпринимательство в России», происходивших в июне 1992 г., в ноябре 1994 г. и в феврале 1996 г. в Москве. В 1997, 2001, 2003 и 2005 гг. опрос проводился среди предпринимателей, ведущих бизнес в Москве. Выборка исследования по социально-демографическим признакам, демонстрирующая современное

состояние российских предпринимателей, репрезентативна. Таким образом, с 1992 г. по единой программе были выполнены семь сопоставимых срезов со средним интервалом в два года. Всего опрошено свыше 500 человек. Обследованная выборка включала предпринимателей, занимающихся различными видами деятельности, а также представителей руководящих (региональных) органов союзов предпринимателей.

Кроме того, в 1997 и в 2001 гг. по данной программе проведено исследование социально-психологических особенностей становления российского предпринимательства с учетом региональной специфики. Опрос проводился не только в Москве, но и в трех других регионах Центральной России (Калуга, Курск и Самара) и Восточной Сибири (Иркутск, Красноярск). В ходе исследования 1997 г. было опрошено 206 человек, в том числе 100 респондентов — жителей Москвы и 106 представителей других регионов России. В 2001 г. опрошено 200 респондентов. В 2007–2008 гг. было опрошено 385 предпринимателей, проживающих и ведущих свой бизнес в Москве, регионах Центральной России (Курск, Самара, Ярославль), Северного Кавказа (Карачаевск и Черкесск) и Восточной Сибири (Иркутск, Красноярск). В исследуемых выборках преобладают предприниматели молодого и среднего возраста, т. е. наиболее активная часть представителей данной социальной группы, респонденты также различаются по имеющемуся у них опыту ведения бизнеса и сферам предпринимательской деятельности. В целом по своим социально-демографическим характеристикам исследуемые выборки достаточно представительны.

При изложении результатов исследования в главе 13 представлены результаты первой серии эмпирических исследований, проведенных в 1992 г. группой сотрудников лаборатории социальной психологии Института психологии РАН под научным руководством А. Л. Журавлева, которые можно определить как анализ социально-психологических проблем становления нового российского предпринимательства. В главе 14 мы рассматриваем социально-психологические факторы деловой активности предпринимателей и успешности предпринимательской деятельности. В главе 15 представлен анализ региональных и гендерных особенностей психологических отношений российских предпринимателей и их динамики.

Глава 13

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ НОВОГО РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Введение

На рубеже 1980–1990-х годов в России были проведены фундаментальные политические, экономические и социальные реформы, которые существенным образом изменили и социальную структуру российского общества, и психологию значительной части российского населения. Одним из важных событий, связанных с этими изменениями, явилось становление или возрождение российского предпринимательства как социально-экономического явления и появление новой социальной общности и нового типа людей — российских предпринимателей.

Для российской психологической науки, в первую очередь для социальной психологии, это означало необходимость разработки принципиально новых научных проблем и объектов исследования. Масштабные социально-экономические изменения, происходящие в России с начала 1990-х годов, явились своего рода естественным социальным экспериментом, который дал исследователям уникальную возможность зафиксировать, проанализировать и теоретически осмыслить закономерности, лежащие в их основе.

Неслучайно именно в эти годы появилась и начала стремительно развиваться *экономическая психология* — новое научное направление, призванное изучать закономерности взаимосвязей и взаимного влияния экономических и социально-психологических явлений (Журавлев, Позняков, 2004; Проблемы экономической психологии, 2004, 2005; Позняков, 2004; и др.). Именно в эти годы интенсивно исследовались закономерности динамики социально-психологических явлений в изменяющихся социально-экономических условиях (Динамика..., 1996; Журавлев, Позняков, 1992; Журавлева, 2002; Совместная деятельность..., 1997; Социально-психологическая динамика..., 1998; и др.). В эти же годы практически одновременно с появле-

нием в российском обществе новой социальной группы — российских предпринимателей — были сделаны первые шаги в исследовании психологических особенностей представителей этой социальной группы (Журавлев, 1991; Позняков, 1992а; Журавлев, Позняков, 1993, 1995; и др.).

Исследователей-психологов интересовали, прежде всего, следующие вопросы: есть ли какие-то принципиальные, существенные психологические особенности у представителей этой относительно новой социальной группы? какие внутренние причины — мотивы — побуждают людей выбрать именно эту сферу жизнедеятельности? какие психологические факторы и механизмы определяют уровень деловой активности и успешности предпринимательской деятельности? как складываются отношения между предпринимателями и представителями других социальных групп российского общества: наемными работниками, представителями государственных органов, клиентами и потребителями?

Научное психологическое исследование представителей тогда еще немногочисленной, достаточно закрытой и трудно доступной для исследования группы было сопряжено с большими сложностями. Поэтому эмпирические данные, получаемые в ходе таких исследований, представляют особую научную ценность. Первый в истории российской науки опыт проведения эмпирического исследования был реализован в 1992 г. группой сотрудников лаборатории социальной психологии Института психологии РАН под научным руководством А.Л. Журавлева в сотрудничестве со специалистами Института системных исследований проблем предпринимательства и маркетинга при Правительстве РФ. В качестве опытной площадки для проведения полевого исследования был выбран Союз арендаторов и предпринимателей, где весной 1992 г. проходил первый опрос, а в июне того же года в Москве был организован Международный конгресс «Малое и среднее предпринимательство в России». Именно в ходе этих исследований были впервые сформулированы научные проблемы и получены первые эмпирические данные по тем направлениям, исследование которых не потеряло своей актуальности и продолжается в настоящее время.

Мотивы выбора предпринимательской деятельности

Данные интервью, проведенных на первом этапе исследования, в 1992 г. позволили определить следующие осознаваемые мотивы выбора предпринимательской деятельности:

- стремление к самостоятельности и независимости,
- реализация профессиональных способностей,
- достижение материального успеха,
- полезность выполняемой работы,
- авторитет окружающих.

Было обнаружено, что каждый из этих мотивов может возникать как в результате позитивного стремления к реализации своих побуждений, так и потребности изменить неблагоприятные условия жизнедеятельности, вызывающие неудовлетворенность. Например, мотивация, связанная с материальным успехом, в одних случаях формулировалась как стремление обеспечить себе высокий уровень благосостояния, стать богатым человеком, а в других как нежелание быть бедным, малообеспеченным. Мотивация, связанная со стремлением к независимости, в высказываниях опрошенных часто формулировалась как стремление уйти от зависимости (на старом месте работы) и т. д. Для того чтобы выявить не только субъективную значимость каждого мотива, но и его побудительную форму, условно обозначенную нами как *достижение* или *избегание*, причины, побуждающие заниматься предпринимательской деятельностью, были сформулированы в двух соответствующих вариантах, т. е. в виде пары суждений. Например, желание реализовать свои профессиональные способности – чувство невозможности реализовать свои профессиональные способности и т. д. Опрашиваемые могли отметить несколько вариантов возможных причин, однако в каждой паре они должны были выбрать тот из вариантов, который в большей степени соответствовал их мнению.

Результаты опроса, представленные в таблице 1, показывают, что наибольшую побудительную силу имеют мотивы, связанные со стремлением к независимости и желанием реализовать свои профессиональные способности. В той или иной форме на них указали соответственно 66% и 60% опрошенных. Значительная часть опрошенных связывает выбор предпринимательской деятельности с мотивацией материального благосостояния (54%) и полезности выполняемой работы (52%). Сравнительно ниже актуальность мотива, вызванного стремлением завоевать авторитет у окружающих (26%). На наш взгляд, это объясняется тем, что социальная значимость и престиж предпринимательской деятельности в обществе не играют заметной роли при выборе будущими предпринимателями новой сферы деятельности.

Интересно отметить, что для таких мотивов, как реализация профессиональных способностей, потребность ощущать себя полезным

Таблица 1

Оценка предпринимателями мотивов (внутренних причин), побуждающих заниматься предпринимательской деятельностью (в %)

Мотивы, побуждающие заниматься предпринимательской деятельностью	Доля ответивших, %
Стремление к личной свободе и независимости	36
Стремление уйти от зависимости	30
Желание реализовать свои профессиональные способности	54
Чувство невозможности реализовать свои профессиональные способности	6
Стремление обеспечить себе высокий уровень благосостояния	28
Нежелание оставаться малообеспеченным человеком	26
Стремление приносить больше пользы людям	42
Чувство бесполезности своей работы	10
Отсутствие авторитета у окружающих	0
Стремление завоевать авторитет у окружающих	26

людям, стремление завоевать авторитет у окружающих, преобладает позитивная форма мотивации, т. е. стремление к реализации своих побуждений. Для мотивов, связанных со стремлением к независимости и материальному благосостоянию, характерно сочетание позитивной мотивации со стремлением устранить неблагоприятные условия жизнедеятельности (уйти от зависимости, не оставаться малообеспеченным человеком). По всей видимости, вторая группа побуждений, связанная с устранением неблагоприятных условий, помех, препятствующих самореализации субъекта, играет вспомогательную роль в общей структуре мотивации предпринимательской деятельности. Уход от неблагоприятных условий (низкого уровня материального благополучия и зависимости от административных ограничений) позволяет предпринимателю более полно реализовать свои способности и почувствовать общественный смысл и пользу от своей деятельности.

В целом мотивы, сформулированные в позитивной форме, отмечаются опрашиваемыми в 2,5 раза чаще, чем мотивы, связанные с устранением неблагоприятных условий деятельности. Полученные результаты подтверждают высказанное нами предположение, что люди, чей выбор предпринимательской деятельности основан на пози-

тивной мотивации (стремление к самореализации и независимости), имеют больше шансов достичь успеха, чем предприниматели, чей выбор носит вынужденный характер, связан с неудовлетворенностью материальным положением, ограниченной самостоятельностью и чувством бесполезности наемной работы. Развернутые ответы на вопрос о ведущей причине выбора предпринимательской деятельности подтверждают наше предположение. Подавляющее большинство опрошенных так или иначе связывают свой выбор с личной свободой и независимостью, а также возможностью самореализации.

На вопрос, что привлекает респондентов в предпринимательской деятельности в первую очередь, ответы распределились следующим образом (в процентах к числу ответивших):

- свобода и самостоятельность в работе (48);
- новизна деятельности, ее творческий характер (24);
- возможность реализовать свои способности (12);
- общение с людьми, широкий круг контактов (12);
- возможность получать экономический эффект (4);
- уважение и авторитет у окружающих (2).

Характерно, что в 1992 г. ни один из опрошенных не указал на высокий доход или достижение материального успеха в качестве ведущего мотива выбора предпринимательской деятельности. В ходе выборочных интервью мы специально акцентировали внимание респондентов на данном вопросе. Оказалось, что материальное благополучие рассматривается опрошенными не как самоцель предпринимательской деятельности, а как необходимое условие ее осуществления. Наличие соответствующих денежных средств обеспечивает большую свободу в выборе сферы профессиональной деятельности и выступает в качестве финансовой основы ее реализации (начальный капитал).

Полученные данные были сопоставлены с мнением предпринимателей о причинах, побуждающих других людей работать на их предприятиях. Главной мотивацией работы на предприятиях малого и среднего бизнеса оказался заработок — его отметили 72% опрошенных. На возможность в полной мере проявить свои способности указало 54%. Других мотивов в ответах практически не отмечалось.

Вышеизложенные данные позволяют скорректировать представления о мотивах предпринимательской деятельности, в частности, о побудительной роли материального стимула. Если в ответах на прямо поставленный вопрос, обращенный к предпринимателю, сила материального стимула оценивается достаточно скромно, то в ответах на косвенный вопрос, в какой-то степени являющийся и проектив-

ным, значительно выше. Можно предположить, что ответы на косвенный вопрос в большей степени отражают реальное содержание мотивов деятельности предпринимателей, во всяком случае — констатировать, что во взаимоотношениях с наемными работниками опрошенные предприниматели ориентируются в первую очередь на денежные стимулы, а во вторую — на содержание работы, ее соответствие квалификации исполнителя.

Анализ мотивов, побуждающих людей заниматься предпринимательской деятельностью, позволяет более эффективно вести работу по профессиональному консультированию, психологической поддержке начинающих предпринимателей.

Если сравнить предпринимательскую деятельность с азартной игрой, что часто делают сами опрошенные, игра эта так увлекает и затягивает (заработанные деньги наряду с другими материальными ресурсами выполняют роль универсальных «игрушек»), что человек отдает ей все свои силы, зачастую в ущерб здоровью и свободному времени. И, как в любой игре, большую роль здесь играют психологические феномены, связанные с партнерством, соревнованием, риском, успехом и неудачей.

Отношение к риску, конкуренции и неудачам в предпринимательской деятельности

Выше уже отмечалось, что работа в условиях высокой неопределенности характерна для бизнеса. В очередном исследовании мы определяли, как сами предприниматели оценивают наличие риска в своей деятельности.

Оценка степени реального и оптимального риска в предпринимательской деятельности проводилась по 10-балльной шкале, крайние полюса которой соответствовали минимальной и максимальной возможной степени риска. Респондентам предлагалось отметить на шкале точки, которые отражают: а) реальную степень риска в их деятельности; б) степень риска, оптимальную, по их мнению, для предпринимательской деятельности.

Полученные в опросе 1992 г. результаты показали, что среднее значение оценок реального риска в деятельности опрошенных предпринимателей (7,29 баллов по 10-балльной шкале) оказалось выше среднего значения шкалы (5 баллов) и гораздо выше оптимальной, с их точки зрения, степени риска (4,55 балла).

Оптимальным риском большинство опрошенных считает среднюю его степень (38% оценили ее в 5 баллов, 50% опрошенных — в преде-

Таблица 2

Распределение оценок реальной и оптимальной степени риска в предпринимательской деятельности (в процентах к числу опрошенных)

Риск практически отсутствует	Баллы										Очень высокая степень риска	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
Реальный риск	4			4	2	6	12	12	14	16	18	%*
Оптимальный риск	4	–	12	10	8	38	4	2	2	2	4	**

Примечание. * – 12% опрошенных не ответили на вопрос, ** – 14% опрошенных не ответили на вопрос.

лах от 4 до 6 баллов). В реальной же предпринимательской деятельности лишь 20% опрошенных оценили степень риска как среднюю (в пределах от 4 до 6 баллов). Сравним динамику оценок, попавших в зону «средних». Для оценок оптимального риска характерен пик на оценке в 5 баллов, а для оценок реального риска – стремительный рост их числа с увеличением значений оценки (4 балла отметило 2% опрошенных, 5 баллов – 6%, 6 баллов – 12%).

При этом 60% респондентов оценивают реальную степень риска как высокую (7–10 баллов) и лишь 8% как низкую (0–3 балла). При оценке оптимальной степени риска наблюдается обратное соотношение оценок: 26% предпринимателей считают оптимальной низкую степень риска (0–3 балла) и лишь 10% предпочитают высокую степень риска (7–10 баллов). Таким образом, по мнению большинства опрошенных, степень риска в их деятельности является чрезмерно высокой.

Закономерно, что 90% опрошенных считают необходимой систему гарантий от «гибельного» риска, которая должна, по их мнению, включать в себя и юридическую, законодательную поддержку предпринимательской инициативы со стороны государства, и экономическую, финансовую поддержку в виде льготных кредитов, субсидий, страхования и налогообложения.

Серьезными социально-психологическими трудностями в предпринимательской деятельности оборачиваются события, которые квалифицируются предпринимателями как крупные неудачи: закрытие предприятия, разорение, работа в убыток и т. п. На вопрос, были ли серьезные неудачи в предпринимательской деятельности, большинство опрошенных (72%) ответили отрицательно, 18% пред-

принимателей отметили наличие такого опыта, 10% затруднились ответить. Таким образом, в 1992 г. примерно шестая часть предпринимателей столкнулась, по их мнению, с серьезными экономическими неудачами, однако большинству (три четверти опрошенных) удалось избежать этих негативных событий.

Интересно было узнать, какой стратегии придерживаются предприниматели после того, как терпят неудачу. На вопрос: «Как бы вы поступили в случае серьезной неудачи?» были получены следующие ответы:

- ушел бы работать на государственное предприятие – 2%,
- ушел бы работать к другому предпринимателю – 4%,
- постарался бы найти надежного компаньона – 20%,
- организовал бы новое дело сам – 74%.

Итак, только 6% предпринимателей пожелали оставить активное предпринимательство и перейти работать на другие предприятия в случае неудач в бизнесе. Большинство предпринимателей (74%) проявляют высокую самостоятельность, уверенность в себе и предпочитают надеяться на свои силы даже после полученного негативного опыта. Выделилась также группа предпринимателей (20%), которые в ситуации провала искали бы опору в надежном компаньоне.

В процессе анализа результатов из общей выборки была отдельно рассмотрена группа предпринимателей, потерпевших крупные неудачи в своей деятельности, от них ожидали наиболее взвешенного и ответственного выбора стратегии. Анализ показал, что ни один из них не предпочел переход на государственное предприятие или на работу к другому предпринимателю. Получившие негативный опыт предприниматели в случае возможной повторной неудачи в равной степени выбирают две основные стратегии: «поиск надежного компаньона» и «организация нового дела».

Отношение предпринимателей к конкурентам и конкурентной борьбе

Оценка степени выраженности конкурентной борьбы и собственной конкурентоспособности проводилась по семимизбалльной шкале, крайним полюсам которой соответствовали оценки «очень низкая» (1 балл) и «очень высокая» (7 баллов). Отвечая на вопросы о конкурентной борьбе и своем участии в ней, в 1992 г. 76% опрошенных предпринимателей отметили наличие конкурентов (конкурирующих предприятий), 22% считают, что у них нет конкурентов в насто-

ящее время, 2% не ответили на этот вопрос. Поскольку три четверти опрошенных упоминают своих конкурентов, можно констатировать, что конкурентные предприятия хорошо идентифицируются предпринимателями (в начале исследования ожидался большой процент тех, кто затруднится ответить на данный вопрос), а конкурентные отношения уже четко оформились: предприниматели чувствуют их и переживают с разной степенью интенсивности. Важно отметить, что из наличия конкурентных отношений не следуют неудачи в предпринимательской деятельности: конкурентов имеют 76% предпринимателей, а опыт крупных неудач на момент опроса отметили только 18% опрошенных.

Кроме того, наличие конкурентных предприятий еще не означает, что между этими предприятиями и предпринимателем будут складываться именно конкурентные отношения. Для изучения данного обстоятельства мы просили предпринимателей оценить интенсивность конкурентной борьбы и уровень их собственной конкурентоспособности. Оценка производилась по семибалльной шкале. В 1992 г. только одна пятая опрошенных полагала, что их настоящая деятельность проходит в условиях высокой конкурентной борьбы (оценки в 5–7 баллов), половина опрошенных (что в 2,5 раза больше предыдущей группы) считала, что жесткая конкурентная борьба в их бизнес-среде в данный момент отсутствует (оценки в 1–3 балла). Таким образом, и приведенное распределение оценок, и средняя оценка (3,44) свидетельствуют о том, что подавляющее большинство предпринимателей оценивали степень выраженности конкурентной борьбы на «среднем» (28%) и «низком» (52%) уровнях.

Оценка уровня конкуренции тесно связана с представлением предпринимателей о себе как о конкурентах, которое выявлялось через самооценку конкурентоспособности. В 1992 г. подавляющее большинство предпринимателей (82%) считало, что их конкурентоспособность находится на среднем и близком к этому уровне (3–5 баллов). Любопытно, что никто из опрошенных не использовал оценку «1» (в отличие от других вопросов), оценка «2» была поставлена лишь в двух случаях. Средняя оценка конкурентоспособности оказалась равной 4,3 баллам. В целом наблюдалась асимметрия в пользу более высоких оценок. 46% опрошенных предпринимателей были склонны считать себя «высококонкурентными» (оценки в 5–7 баллов), а 30% — «низкоконкурентными» (оценки в 2–3 балла).

Склонность к высокой оценке своей конкурентоспособности, по нашему мнению, характеризует, прежде всего, выборку предпринимателей — участников конгресса: можно предположить, что на кон-

гресс прибыли предприниматели скорее с высокой самооценкой, чем с низкой.

Использовался и такой способ анализа данных, как составление графиков распределений ответов, в частности, на вопросы об уровне конкурентной борьбы и конкурентоспособности. Графики не повторяют друг друга: распределение оценок конкурентоспособности смещается по шкале вправо, в сторону более высоких значений (по сравнению с оценками степени конкурентной борьбы). Следовательно, на момент исследования существовал некий «запас прочности» предпринимателей, позволяющий безболезненно выдержать повышение уровня конкуренции. Данный вывод можно сделать на основании преобладания оценок собственной потенциальной конкурентоспособности над оценкой напряженности существующей конкуренции.

Сопоставление оценок степени риска в деятельности предпринимателей и выраженности конкурентной борьбы выявило очевидное противоречие между высокой степенью риска и низким уровнем конкуренции. Объяснением полученных данных может служить гипотеза, что риск в деятельности российских предпринимателей обусловлен не высокой степенью конкуренции, а другими факторами, в частности, политикой государственных органов и предприятий.

Известно, что важным фактором развития предпринимательства становится отсутствие монопольного производства, поэтому в данном исследовании специально изучалось, в какой степени предприниматели испытывают давление монополий. Из результатов следует: 72% предпринимателей считают, что испытывают сильный прессинг монополистов (оценки в 5–7 баллов), и лишь 20% из них такое давление оценивают как «слабое» (оценки в 1–3 балла). Средняя оценка для данной выборки достаточно высока и составляет 5,12 балла.

Если сопоставить полученные данные с оценками напряженности конкурентной борьбы, возникает противоречие: конкурентная борьба «слабая», а давление монопольных структур «сильное». Вместе с тем мы наблюдаем схожий характер распределения оценок давления монопольных структур и оценок риска в предпринимательской деятельности. Выделенное противоречие объясняется тем, что под монополистами предприниматели понимают не столько монопольных производителей, которые являются их конкурентами, сколько конкретные органы власти, которые во взаимодействии с предпринимателями играют доминирующую роль. Давление предприниматели ассоциируют с государственными структурами. Оно осуществляется путем высоких налогов (особенно НДС), кредитов под высокие проценты, непредсказуемых постановлений государства

в области валютной и таможенной политики – все это в совокупности и обуславливает высокую степень риска предпринимателей. Такая интерпретация результатов согласуется с предпринимательскими оценками отношения к ним со стороны государства: 74% предпринимателей отметили, что в той или иной форме обнаруживают противодействие государственных органов, и 72% испытывают на себе давление монопольных структур.

Результаты корреляционного анализа позволяют получить дополнительную информацию. Высокая оценка уровня конкуренции положительно коррелирует с оценкой уровня оптимального (желательного), по мнению предпринимателей, риска в их деятельности ($r=0,308$, $p < 0,05$). Предприниматели, высоко оценивающие степень напряженности конкуренции, составляют только 20% опрошенных; именно они и предпочитают условия повышенного риска в качестве оптимальных. Таким образом, существует группа предпринимателей с высокой соревновательной потребностью и активностью, предпочитающих работать в условиях высокого уровня конкуренции и риска. Если в характеристику данной группы предпринимателей включить дополнительные коэффициенты корреляции, можно заметить, что для ее представителей характерны высокие оценки реального риска, своей конкурентоспособности и давления монопольных структур, а также более молодой возраст по сравнению с основной группой опрошенных.

Оценка экономических условий предпринимательской деятельности и прогноз деловой активности предпринимателей

Одной из задач исследования стало изучение отношения предпринимателей к экономическим условиям развития предпринимательской деятельности, в значительной степени определяющимся экономической политикой государства. С этой целью опрашиваемым предлагалось выразить свое отношение к государственной экономической политике, а также к изменениям в экономических условиях предпринимательской деятельности, как недавно происшедшим, так и прогнозируемым в ближайшем будущем.

Большинство опрошенных предпринимателей (82%) проявило высокую неудовлетворенность политикой государственных органов в области экономики. Важно отметить, что в инструкции к данному опросу предпринимателей просили оценивать тот интегральный экономический курс, который стал результатом деятельности как центральных, так и местных, как законодательных, так и исполнитель-

ных органов власти, никак не дифференцируя их конкретный вклад в результаты экономической политики государства. По результатам опроса можно констатировать, что проводимый экономический курс оценивается предпринимателями преимущественно как непоследовательный: экономическая политика характеризуется низкой степенью прогнозируемости, принимаемые законы определяются как недействующие, осуществляемые действия – как несвоевременные, результаты экономической политики в целом воспринимаются как неуспешные. Оценивая взаимоотношения с представителями государственных органов, предприниматели отмечают в большей степени противодействия и препятствия в работе, нежели помощь и поддержку.

Результаты, представленные в таблице 3, показывают, что значительная часть опрошенных (около 48%) оценила изменения условий предпринимательской деятельности, произошедшие в последнее время, как неблагоприятные (что в шесть раз превышает число тех, кто оценил изменения положительно). Поскольку еще 26% опрошенных оценили изменения как неоднозначные, можно констатировать, что в данной выборке преобладает негативная оценка изменения экономических условий в отношении их влияния на развитие предпринимательства.

Прогнозируя изменение экономических условий в ближайшем будущем, опрашиваемые оказались менее категоричны в своих суждениях: до 34% увеличилась доля лиц, считающих, что изменения будут неоднозначными, 21% ответивших считают, что условия не изменятся. Однако доля респондентов, полагающих, что условия предпринимательской деятельности в будущем станут менее благоприятными

Таблица 3

Прогноз изменения экономических условий развития предпринимательской деятельности с учетом ретроспективной их оценки (в процентах опрошенных)

Ретроспективная оценка изменений условий	Прогноз изменений				Всего
	Благоприятные	Без изменений	Неблагоприятные	Неоднозначные	
Благоприятные	1,64	1,64	1,64	3,28	8,2
Без изменений	1,64	8,2	6,56	1,64	18,03
Неблагоприятные	1,64	6,56	19,67	19,67	47,54
Неоднозначные	6,56	4,92	4,92	9,84	26,23
Всего	11,48	21,31	32,79	34,43	100

ми (33%), почти в три раза превысила долю ожидающих позитивных экономических изменений (12%).

Анализ распределения ответов, характеризующих прогноз изменения условий предпринимательской деятельности с учетом их ретроспективной оценки, позволяет выделить следующие группы и подгруппы опрошенных. Среди предпринимателей, считающих, что экономические условия развития предпринимательской деятельности за прошедший год стали менее благоприятными, выделяют две подгруппы. Значительная часть (20% общего числа опрошенных) предполагает дальнейшее ухудшение условий, 26% ожидают неоднозначных изменений либо полагают, что ситуация в ближайшем будущем не изменится. Если добавить к ним 13% опрошенных предпринимателей, которые, оценивая ретроспективные изменения условий как более или менее благоприятные, прогнозируют их ухудшение в будущем, можно сделать вывод, что большинство опрошенных достаточно пессимистично оценивают общую динамику экономических условий развития предпринимательства.

Следующую группу составляют предприниматели, чьи оценки и прогноз изменения условий являются неоднозначными (15%) или нейтральными (10%). Характерным для представителей этой группы стало высокое сходство ретроспективных оценок и прогноза изменения условий, которое проявилось соответственно у 10% и 8% респондентов. Психологические особенности представителей этих подгрупп могут существенно различаться, так как в первом случае имеет место дифференцированная оценка ситуации, а во втором, напротив, крайне недифференцированная, точнее, безразличная. Однако обе подгруппы объединяет то, что их представителей нельзя однозначно определить как «пессимистов» или «оптимистов».

Последняя группа, которая была условно обозначена как «оптимисты», оказалась самой малочисленной. Если отнести к этой группе всех респондентов, которые хотя бы в одной из оценок отмечали улучшение условий, а также не отмечали ухудшения условий при ответе на другой вопрос, то их общая доля составляет около 15%.

Результаты корреляционного анализа показали значимую связь показателя уровня удовлетворенности государственной экономической политикой с оценкой изменения экономических условий развития предпринимательской деятельности ($r=0,43$, $p<0,01$) и несколько меньшую — с прогнозом этих изменений ($r=0,25$, $p<0,05$). Учитывая также наличие значимой связи между показателями ретроспективной оценки и прогноза условий, можно сделать вывод, что уровень удовлетворенности экономической политикой государства является

динамической характеристикой, определяемой оценками изменения условий предпринимательской деятельности.

Специальной задачей данного исследования было изучение оценок предпринимателей, характеризующих динамику деловой активности их предприятий (организаций). В качестве показателей деловой активности предпринимателей в производственной сфере были выбраны следующие переменные:

- объем выпускаемой продукции (услуг),
- номенклатура выпускаемой продукции,
- спрос на готовую продукцию (услуги),
- численность наемных работников,
- прибыль,
- доля прибыли, направляемая на развитие предприятия.

Опрашиваемые должны были оценить результаты работы своих предприятий за последние полгода и выразить свои ожидания будущих изменений (на ближайшие 3—4 месяца).

Данные исследования, представленные в таблице 4, свидетельствуют о наличии существенных различий в оценках предпринимателями результатов своей работы. По большинству позиций предприниматели распределились в своих оценках на три группы: большая часть (41%) считает, что основные показатели работы их предприятий остались без изменений. Около 35% отмечают рост показателей на предприятиях. Однако четверть опрошенных, напротив, отмечает снижение деловой активности своих организаций. Результаты корреляционного анализа показали выраженную взаимосвязь оценок по параметрам объема, спроса, прибыли и инвестиций ($r=0,40$, $p<0,01$).

Вместе с тем среди оцениваемых показателей обнаружили и некоторые различия. Предприниматели высоко оценивают рост спроса на производимую продукцию (услуги) — 41%. Некоторая тенденция к увеличению отмечается в оценках номенклатуры выпускаемой продукции (услуг): 36% отметили ее рост (однако 20%, напротив, снижение). При оценке динамики объема производства и инвестиций на развитие предприятия отмечаются тенденции как к увеличению (соответственно 36% и 34%), так и к снижению (30% и 26%). Незначительная тенденция к снижению отмечается при оценках численности наемных работников: доля опрошенных, отмечающих снижение этого показателя (31%), несколько превышает количество предпринимателей, отмечающих его увеличение (примерно 28%).

При оценке прибыли большинство опрошенных (52%) не отмечают существенных изменений, однако 32% предпринимателей оце-

Таблица 4

Оценка результатов работы предприятия
и прогноз деловой активности (в процентах опрошенных)

Оцениваемые показатели		Оценка изменений показателей		
		Увеличение	Без изменений	Уменьшение
Объем производства				
1	Ретроспективная оценка	36,07	34,43	29,51
	Прогноз	50,82	26,23	22,95
Номенклатура продукции (услуг)				
2	Ретроспективная оценка	36,07	44,26	19,67
	Прогноз	45,90	40,98	13,11
Спрос на продукцию				
3	Ретроспективная оценка	27,87	34,43	24,59
	Прогноз	34,43	29,51	19,67
Численность наемных рабочих				
4	Ретроспективная оценка	27,87	40,98	31,15
	Прогноз	34,43	36,06	29,51
Прибыль				
5	Ретроспективная оценка	32,79	52,46	14,75
	Прогноз	57,38	29,51	13,11
Инвестиции на развитие предприятий				
6	Ретроспективная оценка	34,43	39,34	26,23
	Прогноз	52,46	29,51	18,03
Среднее значение				
7	Ретроспективная оценка	34,70	40,98	24,32
	Прогноз	48,63	31,97	19,40

нили увеличение этого показателя, что в два раза больше указавших на снижение прибыли (15%).

Прогноз деловой активности предпринимателей (при сохранении дифференцированных оценок) оказался в целом скорее оптимистичным. Половина опрошенных заявила, что ожидает увеличения объемов производимой продукции (51%), прибыли (57%) и ее доли, направляемой на развитие предприятия (52%). Эти прогнозы связаны с ожиданием увеличения спроса на продукцию (51%). И хотя около

30% опрошенных считают, что существенных изменений в работе их предприятий не произойдет, лишь незначительная часть (около 20%) прогнозирует снижение деловой активности. При этом самой большой оказалась доля респондентов, прогнозирующих снижение численности работников (30%).

Были обнаружены качественные различия в оценках прогноза деловой активности между предпринимателями, позитивно и негативно оценивающими изменение условий предпринимательской деятельности. При оценке условий как неблагоприятных предприниматели в большей степени были склонны прогнозировать снижение объемов производства и численности работников, но вместе с тем и увеличение номенклатуры продукции и услуг, а также спроса и прибыли. При оценке условий как благоприятных опрошенные прогнозировали увеличение объемов производства и численности работников, а также увеличение прибыли. Таким образом, в первом случае планируемый рост прибыли обеспечивается за счет увеличения номенклатуры товаров и услуг, порождающего увеличение спроса, и одновременно снижения затрат на их производство; тогда как во втором случае – за счет увеличения численности работающих и объема выпускаемой продукции (услуг). Установленные в исследовании варианты планируемого предпринимателями роста прибыли могут рассматриваться как две принципиально разные стратегии развития их деловой активности. Выбор той или иной стратегии определяется, прежде всего, предпринимательскими оценками «благоприятности – неблагоприятности» экономических условий для развития бизнеса. В психологическом плане важно отметить, что при любых экономических условиях (как благоприятных, так и неблагоприятных) большинство предпринимателей настроено на развитие производства своей продукции (услуг).

Полученные результаты послужили основой серии исследований социально-психологических факторов деловой активности российских предпринимателей, результаты которых представлены ниже. Были выявлены социально-психологические особенности российских предпринимателей с разным уровнем деловой активности (Позняков, 2013).

Глава 14

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ И ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Для оценки предпринимателями собственной деловой активности использовался оригинальный методический прием. Респондентам предлагалось оценить изменение своей активности в последнее время. В качестве вариантов ответов на этот вопрос 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).

Возможные варианты ответов и эмпирические распределения частот ответов, полученные в разные годы, представлены в таблице 1. Сравнивая оценки динамики деловой активности предпринимателей, полученные на разных этапах исследования, мы видим, что в 1994 и 1996 г. эти оценки носят сходный характер. Согласно полученным данным, около 70% предпринимателей отмечали повышение своей деловой активности и только 16% – понижение; около 12% считают, что их активность осталась на том же уровне, что и раньше. Однако те же предприниматели менее оптимистично оценивали изменение деловой активности в будущем году: 50,0% прогнозировали ее дальнейшее повышение, около 20% отметили, что активность в ближайшее время не изменится. Кроме того, 12% опрошенных в 1994 г. прогнозировали понижение своей активности, а 17% не смогли определиться с прогнозом (в 1996 г. 3% и 26% соответственно).

Данные последующих срезов подтверждают наметившуюся динамику и свидетельствуют о стабилизации оценок деловой активности к началу 2000-х годов. Доля предпринимателей, пессимистично оценивающих изменение своей деловой активности в прошлом, стабилизируется в пределах 10–15%, причем доля тех, кто прогнозирует

ее дальнейшее снижение, близка к нулю. Увеличивается до 20–25% и стабилизируется доля тех, кто оценивает свою активность на прежнем уровне. Вместе с тем существенно (до 29% в 1997 и 34–30% в 2001 и в 2005 г.) снижается доля опрошенных, прогнозирующих дальнейшее повышение своей деловой активности, и значительно (до 30–35%) увеличивается доля предпринимателей, не определившихся с ее прогнозом.

Таблица 1

Оценка предпринимателями изменений уровня своей деловой активности (в процентах к числу опрошенных)

Варианты ответов	1994	1996	1997	2001	2003	2005
Активность возросла и будет возрастать	50	51	29	34	33	39
Активность повысилась, но в ближайшее время не изменится	21	20	29	35	34	34
Осталась на том же уровне, что и раньше	12	13	24	19	22	17
Активность в последнее время несколько понизилась	5	13	14	11	9	10
Активность не только понизилась, но и будет снижаться	12	3	4	1	2	0



Рис. 1. Оценка предпринимателями изменений уровня своей деловой активности (% к числу опрошенных)

Полученные данные свидетельствуют о том, что бурный рост деловой активности российских предпринимателей, отмеченный в первой половине 1990-х годов, к концу десятилетия постепенно сменился

фазой ее относительной стабилизации. Однако эта стабилизация является относительной, поскольку деловая активность предпринимателей продолжает оставаться на высоком уровне, что подтверждают субъективные оценки самих предпринимателей. Кроме того, выявленная нами стабилизация в основном характеризует уровень деловой активности предпринимателей со значительным опытом и стажем ведения бизнеса. Об этом свидетельствуют результаты корреляционного и факторного анализа, демонстрирующие взаимосвязь оценок деловой активности с возрастом предпринимателей и стажем предпринимательской деятельности.

Начиная с опроса 1997 г. мы просили респондентов оценить степень своей деловой активности, понимаемую как стремление повысить свои доходы, по семибалльной шкале, крайним полюсам которой соответствовали оценки «очень низкая» (1 балл) и «очень высокая» (7 баллов). Математико-статистическая обработка полученных данных включала первичную обработку, а также корреляционный и факторный анализы. Анализ данных, представленных в таблице 2, показывает, что на всех этапах исследования, когда использовался данный показатель, доля респондентов, оценивающих степень своей деловой активности выше среднего значения, существенно превышала долю тех, кто оценивал ее на среднем или низком уровне.

Наиболее высокочастотными оказались оценки в 4 и 5 баллов. Оценки в 1–2 балла встречались менее чем в 10% случаев (кроме данных опроса 1997 г. в регионах), в то время как оценки в 6 и 7 баллов

Таблица 2

Оценки предпринимателей уровня своей деловой активности в настоящее время (средние значения оценок по семибалльной шкале, в процентах к числу опрошенных)

Сравниваемые опросы	Баллы							Средний балл	Ст. откл.
	1	2	3	4	5	6	7		
Москва, 1997 г.	3,1	6,1	10,7	25,5	23,5	14,8	16,3	4,70	1,56
Регионы, 1997 г.	6,3	10,4	12,5	28,1	20,8	10,4	11,5	4,24	1,65
Москва, 2001 г.*	4,0	3,2	16	20,8	24,8	18,4	10,4	4,60	1,51
Регионы, 2001 г.**	5,6	2,2	12,2	20,0	20,0	13,4	14,4	4,65	1,66

Примечание: * – 2,4% респондентов не ответили; ** – 12,2% респондентов не ответили.

были получены от 21,7% (в 1997 г., регионы) до 31,2% (в 1997 г., Москва) респондентов.

Сравнительный анализ данных, полученных в разные годы на московской и региональной выборках, не обнаружил статистически значимых различий в субъективных оценках уровня деловой активности. Однако в качестве тенденции можно отметить повышение ее оценок в выборке региональных предпринимателей, которые, по данным опроса 2001 г., практически не отличаются от оценок московских предпринимателей.

По результатам корреляционного анализа определился ряд показателей, у которых была выявлена устойчивая, статистически значимая взаимосвязь с оценками деловой активности предпринимателей. Полученные результаты приведены в таблице 3. Такими показателями стали оценки: отношения к конкуренции, экономических условий предпринимательской деятельности, собственной конкурентоспособности, удовлетворенности экономическими результатами деятельности, успешности деятельности в настоящее время, степени надежности партнеров по бизнесу, а также оценки собственных возможностей в повышении успешности предпринимательской деятельности.

В ходе корреляционного анализа данных других опросов также были обнаружены значимые связи оценки деловой активности с оценкой собственного благосостояния предпринимателя, оценкой отно-

Таблица 3

Корреляционные связи оценки уровня деловой активности с другими показателями (все указанные в таблице коэффициенты корреляции являются значимыми на уровне 5%)

Показатели	1997	2001	2008
Отношение к конкуренции	0,26	0,32	0,30
Оценка благоприятности экономических условий деятельности	0,23	0,31	0,34
Оценка конкурентоспособности	0,38	0,41	0,45
Оценка удовлетворенности экономическими результатами деятельности	0,21	0,41	0,35
Оценка успешности деятельности в настоящее время	0,26	0,47	0,43
Оценка степени надежности партнеров	0,24	0,32	0,19
Ожидаемые изменения своей деловой активности	0,32	0,42	0,20
Оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса	0,21	0,46	0,23

шения к риску и оценкой материального уровня семьи в настоящее время. Была выделена совокупность показателей, тесно связанных с оценкой предпринимателями уровня своей деловой активности. В перечень социально-психологических феноменов, оказывающих действенное влияние на деловую активность, включены:

- оценка благоприятности внешних экономических условий,
- оценка надежности большинства партнеров по бизнесу,
- оценка материального положения своей семьи,
- оценка собственных возможностей в развитии бизнеса,
- отношение предпринимателей к риску и конкуренции,
- оценка успешности своей предпринимательской деятельности и удовлетворенности ее результатами.

Представленные данные свидетельствуют о том, что степень деловой активности предпринимателя взаимосвязана как с оценками внешних условий предпринимательской деятельности, так и с собственной оценкой предпринимателя, отражающей его мнение о результатах своей деятельности.

Для выделения факторов деловой активности необходимо проанализировать взаимосвязи между обозначенными выше социально-психологическими феноменами – регуляторами деловой активности. Для решения поставленной задачи в каждой выборке был проведен факторный анализ методом главных компонент с применением вращения полученных осей по типу *varimax normalized*. В качестве метода определения количества факторов был использован критерий Кайзера (значимые факторы имеют собственные числа > 1).

Для данных опроса 1997 г. было получено четырехфакторное решение, описывающее 64% всей выборки. Результаты факторного анализа (извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков с факторной значимостью выше 0,4) представлены в таблице 4.

Для данных опроса 2001 г. было получено трехфакторное решение, описывающее 57% всей выборки. Результаты факторного анализа (извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков с факторной значимостью выше 0,4) представлены в таблице 5.

Для опроса 2008 г. было получено трехфакторное решение, описывающее 55% всей выборки. Результаты факторного анализа (извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков с факторной значимостью выше 0,4) представлены в следующей таблице 6.

Анализируя полученные результаты, можно заметить, что, несмотря на разное количество факторов, которые были выделены, факторные решения имеют несомненное сходство (соответствующи-

Таблица 4
Извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков с факторной нагрузкой выше 0,4 (1997)

Социально-психологические признаки деловой активности предпринимателей	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
Отношение к конкуренции		0,80		
Отношение к риску				0,87
Оценка экономических условий деятельности	0,40		0,57	
Оценка конкурентоспособности		0,66		
Оценка удовлетворенности 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			
Ожидаемые 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 возможности в повышении успешности бизнеса			0,78	

щие факторы объединяют в себе похожие совокупности социально-психологических признаков), что позволяет дать общую интерпретацию для обоих решений.

В первый фактор неизменно попадают оценки удовлетворенности экономическими результатами деятельности, успешности деятельности в настоящее время, жизненного уровня семьи в настоящее время и уровня собственного благосостояния. Таким образом, этот фактор можно интерпретировать как *оценку достигнутых результатов в своей деятельности*.

Второй фактор включает в себя оценки отношения к конкуренции, собственной конкурентоспособности, степени надежности большинства партнеров по бизнесу. В 2001 г. во второй фактор с большим весом вошли оценка успешности деятельности в настоящее время и оценка экономических условий. Таким образом, данный фактор интегрально характеризует *личное отношение предпринимателя к среде*, в которой протекает его деятельность, к ее законам и правилам, показывает, насколько комфортно и уверенно субъект чувствует себя в роли предпринимателя.

Таблица 5

Извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков с факторной нагрузкой выше 0,4 (2001)

Социально-психологические признаки деловой активности предпринимателей	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Отношение к конкуренции		0,56	
Отношение к риску	0,53		
Оценка экономических условий деятельности		0,41	0,41
Оценка конкурентоспособности		0,70	
Оценка удовлетворенности 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		
Ожидаемые изменения своей деловой активности			0,74
Ожидаемые изменения жизненного уровня семьи			0,83
Оценка уровня собственного благосостояния	0,76		
Оценка возможности в повышении успешности бизнеса			0,57

Третий фактор включает оценки ожидаемых изменений своей деловой активности, ожидаемых изменений жизненного уровня семьи, возможностей в повышении успешности бизнеса. Таким образом, этот фактор можно интерпретировать как *оценку предпринимателем собственного потенциала*, возможностей и перспектив развития своего дела.

Совершенно особое место занимает *оценка предпринимателями своего отношения к риску*. Для выборки 1997 г. этот показатель выделился в отдельный четвертый фактор, а в 2001 г. он вошел в фактор оценки результатов предпринимателями своей деятельности (фактор 1). Интересно отметить, что в обоих случаях в фактор, содержащий оценку отношения к риску, входила оценка предпринимателями уровня собственного благосостояния. Возможно, это объясняется существованием определенного типа предпринимателей, которые в силу индивидуальных психологических качеств склонны работать в условиях высокого риска и связывать свои достижения (в том числе и уровень благосостояния) с умением эффективно работать именно в рискованных ситуациях.

Содержательный анализ факторных решений позволяет выделить социально-психологические характеристики деловой активнос-

Таблица 6

Извлечение из матрицы факторных нагрузок признаков с факторной нагрузкой выше 0,4 (2008)

Социально-психологические признаки деловой активности предпринимателей	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Отношение к конкуренции			0,70
Отношение к риску			0,57
Оценка экономических условий деятельности		0,50	
Оценка конкурентоспособности	0,42		
Оценка удовлетворенности экономическими результатами деятельности	0,82		
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		
Ожидаемые изменения своей деловой активности		0,82	
Ожидаемые изменения жизненного уровня семьи		0,73	
Оценка уровня собственного благосостояния			0,64
Оценка возможности в повышении успешности бизнеса	0,65		

ти предпринимателей, различающиеся представленностью в оценках различных аспектов ее временного континуума. Оценка удовлетворенности результатами предпринимательской деятельности (фактор 1 – «результаты») характеризует состояние деловой активности предпринимателя в прошлом, оценки степени своей деловой активности и успешности (фактор 2 – «успешность») – в настоящее время и оценка собственных возможностей в развитии бизнеса (фактор 3 – «возможности») – в будущем.

На разных этапах исследования оценки деловой активности предпринимателей и динамики ее изменения объединялись в самостоятельный фактор, куда со значимыми весами входили следующие показатели: оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса, оценка изменений в экономических условиях деятельности, зависимость развития бизнеса от отношения местного населения (с отрицательным знаком), оценка и прогноз изменений в материальном положении семьи. Оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса во всех срезах имеет значимую корреляцию с оценкой динамики деловой активности, что свидетельствует

об устойчивой взаимосвязи самооэффективности предпринимателя и его активности в бизнесе.

Сравнение результатов факторного анализа данных, полученных в разные годы, позволяет проследить динамику взаимосвязей показателей деловой активности с оценками социально-психологических характеристик самого предпринимателя, внешних условий предпринимательской деятельности и ее результатов. По данным опроса 1994 г., в качестве самостоятельных были выделены факторы:

- *благополучия семьи предпринимателя*, куда вошли оценки материального уровня семьи предпринимателя и успешности предпринимательской деятельности,
- *самоэффективность* (конкурентоспособность, оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса),
- *оценка экономических условий*,
- *возраст и деловая активность предпринимателя*,
- *удовлетворенность результатами предпринимательской деятельности*.

В 1996 г. фактор «оценка результатов предпринимательской деятельности» включал в себя, помимо оценок успешности предпринимательской деятельности и удовлетворенности ее результатами, оценки материального уровня жизни семьи и конкурентоспособности. Оценка изменения деловой активности объединяется в один фактор с оценкой собственных возможностей и изменений в экономических условиях деятельности. По данным опросов 1997 и 2001 гг., оценки своей деловой активности объединились в одном факторе с показателями самооценки предпринимателя (конкурентоспособность, оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса), а также с оценками результатов предпринимательской деятельности (успешности и удовлетворенности) и оценками материального положения семьи. В 1997 г. в данный фактор также вошли оценки благоприятности экономических условий для предпринимательской деятельности и оценки степени надежности большинства партнеров. Полученные данные свидетельствуют о том, что степень деловой активности предпринимателя и динамика ее изменения во времени (повышения или понижения) оказывается все более тесно связанной как с оценками внешних условий предпринимательской деятельности, так и с самооценкой самого предпринимателя и результатов его деятельности.

Сравнительный анализ оценок предпринимателями различных характеристик своей деловой активности и их динамики показывает, что самыми низкими оказались оценки удовлетворенности результа-

Таблица 7

Оценка предпринимателями различных характеристик своей деловой активности

Характеристики деловой активности	1994	1996	1997	2001	2003	2005	2008
Степень деловой активности	–	–	4,70 1,56	4,60 1,51	4,70 1,28	4,70 1,32	4,88 1,34
Успешность деятельности в настоящее время	3,86 1,04	4,23 1,23	4,06 1,40	4,42 1,11	4,30 1,55	4,65 1,18	4,78 1,56
Удовлетворенность результатами	3,27 1,30	4,23 1,36	3,62 1,46	4,17 1,25	3,94 1,41	4,25 1,16	4,52 1,28
Оценка собственных возможностей	4,44 1,34	4,77 1,47	4,25 1,47	4,76 1,30	4,84 1,25	4,88 1,10	5,08 1,14
Оценка конкурентоспособности	4,47 1,07	4,80 1,37	4,41 1,52	4,70 1,26	4,68 1,40	4,84 1,31	4,78 1,29

Примечание: Верхняя цифра означает средний балл по семибалльной шкале оценок, нижняя – значение стандартного отклонения. Пропуски данных означают, что данный показатель в опросе не использовался.

тами деятельности: в трех опросах из пяти средние значения оказались ниже среднего значения оценок по шкале. Оценки успешности текущей деятельности (деятельности в настоящее время), как правило, несколько выше, однако их значения не превышают 4,5 балла, и различия в оценках не достигают уровня значимости. Наиболее высокими оказались оценки собственных возможностей в повышении успеха и собственной конкурентоспособности. Средние значения этих оценок регулярно оказываются выше средних показателей результатов деятельности, и в трех опросах из семи респонденты использовали оценки, приближающиеся к 5 баллам, близкие к средним значениям оценок степени своей деловой активности. Полученные данные свидетельствуют о том, что самооценка себя как предпринимателя (своей деловой активности и своих потенциальных возможностей в достижении успеха), как правило, оказывается выше оценки уже достигнутых результатов и выше степени удовлетворенности имеющимися достижениями.

Социально-психологические характеристики успешности предпринимательской деятельности

В качестве одного из показателей, характеризующих деловую активность предпринимателей, в данном исследовании выступали субъ-

Таблица 8

Распределение оценок предпринимателей успешности своей предпринимательской деятельности (в процент к числу опрошенных)

Сравниваемые опросы	Баллы						
	1	2	3	4	5	6	7
1992	0	6	16	46	24	4	4
1994	0	11	21	47	14	7	0
1996	1	6	23	33	21	14	4
1997	6	10	14	30	26	12	2
2001*	0	4	16	32	30,4	15,2	1,6
2003*	3,9	2	6,8	31,4	31,4	17,6	2
2005	1	4	12	21	38	22	2
2008	2,6	1,3	14,5	18,4	23,7	31,6	7,9

Примечание: * – в 2001 г. – 0,8%, в 2003 г. – 4,9% опрошенных.

активные оценки ее успешности. Распределение оценок (таблица 8) показывает, что опрошенные значительно различаются между собой по этому признаку. Полученные результаты позволяют разбить всех опрошенных на три категории: тех, которые считают себя малоуспешными предпринимателями (оценки 1–3 балла по семибалльной шкале), тех, которые оценивают свою успешность на среднем уровне (4 балла), и тех, кто считает себя высокоуспешными предпринимателями (5–7 баллов).

Сравнение полученных распределений показывает, что от первого среза к четвертому снизилась доля среднеуспешных предпринимателей (с 46% в 1992 и 47% в 1994 г. до 33% в 1996, 32% в 2001, 31% в 2003 и 21% в 2005 г.). При этом доля предпринимателей, оценивающих свои успехи ниже среднего, увеличилась с 22% в 1992 г. до 32% в 1994 и 30% в 1996 г., а затем снизилась до 20% в 2001, 12,7% в 2003 и 17% в 2005 г. Доля предпринимателей, оценивающих свои результаты выше среднего, увеличилась с 32% в 1992 г. до 39% в 1996, 40% в 1997, 47% в 2001, 51% в 2003 и 62% в 2005 г.).

Отметим неуклонный рост доли опрошенных предпринимателей, оценивающих успешность своей деятельности выше среднего при сохранении выраженной группы респондентов, считающих свою деятельность малоуспешной. Полученные результаты свидетельствуют

об усилении дифференциации в среде российских предпринимателей по параметру успешности (различия в распределениях оценок значимы на уровне $p < 0,05$). Эти данные ставят исследователей, с одной стороны, перед задачей поиска социально-психологических факторов успешности предпринимательской деятельности, с другой, заставляют задуматься о критериях, в том числе субъективных, психологических, по которым сами предприниматели оценивают свой успех.

По результатам корреляционного анализа обнаружены показатели, с которыми оценка успешности образует устойчивые корреляционные связи. Фрагменты общих корреляционных матриц представлены в таблице 9.

Таблица 9

Коэффициенты корреляции оценок успешности предпринимательской деятельности и других показателей

Показатели	1997	2001
Оценка уровня деловой активности	0,26	0,47
Отношение к конкуренции	0,22	0,24
Отношение к риску	0,15	0,25
Оценка экономических условий деятельности	0,30	0,40
Оценка конкурентоспособности	0,43	0,57
Оценка удовлетворенности экономическими результатами деятельности	0,58	0,57
Оценка степени надежности партнеров	0,31	0,43
Оценка степени доверия к государственным структурам	0,14	0,22
Оценка степени доверия к предпринимательским структурам	0,17	0,28
Оценка уровня жизни семьи в настоящее время	0,32	0,38
Оценка влияния экономической политики государства на развитие бизнеса	0,08	0,25
Оценка влияния местных органов власти на развитие бизнеса	-0,11	0,20
Оценка влияния отношения населения к предпринимателям на развитие бизнеса	0,21	0,17
Ожидаемые изменения своей деловой активности	0,29	0,30
Ожидаемые изменения жизненного уровня семьи	0,30	0,20
Оценка уровня собственного благосостояния	0,26	0,26
Оценка возможности в повышении успешности бизнеса	0,38	0,40

Примечание: Полужирным шрифтом выделены статистически значимые коэффициенты корреляции.

Анализ полученных результатов позволяет сделать вывод, что для группы предпринимателей, сравнительно высоко оценивающих свои успехи, характерны следующие особенности. Они предпочитают жить и работать в условиях конкуренции, в целом более высоко оценивают надежность своих нынешних партнеров, более позитивно относятся к существующим экономическим условиям. Высокоуспешные предприниматели более высоко оценивают собственные возможности в повышении успеха своего бизнеса и степень своей конкурентоспособности, в большей степени намерены повышать свою деловую активность, они также в целом более высоко оценивают уровень материального благосостояния своих семей и динамику его изменения. Успешные предприниматели, как правило, удовлетворены результатами своей экономической деятельности.

По содержанию показатели, по которым были обнаружены наиболее тесные и устойчивые корреляционные связи с оценками успешности, можно разделить на три группы.

В первую группу вошли: оценка обеспеченности семьи доходами, оценка уровня жизни семьи, а также ретроспективная оценка и прогноз изменения уровня жизни семьи. Все показатели оказались тесно связаны между собой, в совокупности образуя общий фактор, который содержательно можно обозначить как *оценку уровня материального благосостояния*. Эти показатели выступают зависимыми, результирующими по отношению к показателю успешности. Анализ парных распределений подтверждает выраженную связь оценки предпринимателями успешности своей деятельности с оценками материального благополучия. К ним логически примыкает и оценка удовлетворенности результатами деятельности, хотя связь этого показателя с оценками успешности оказалась не столь однозначной.

Вторую группу показателей, статистически значимо связанных с оценками успешности предпринимательской деятельности, содержательно можно интерпретировать как социально-психологические факторы успешности. Это отношение к конкуренции, оценки своей конкурентоспособности и уровня собственных возможностей в повышении успеха своего бизнеса. Данные показатели также тесно связаны между собой, что позволяет объединить их в общий фактор *внутренних условий успешности*.

Относительно самостоятельной оказалась оценка доверия к предпринимательским организациям и их представителям, которая, будучи положительно связана с оценкой успешности, обнаружила в 1994 г. отрицательную связь ($r = -0,197$, т. е. на уровне, близком к значимому) с оценкой собственных возможностей и отсутствие связи с оценкой

конкурентоспособности. Полученные данные подтверждают, что более успешные предприниматели склонны в целом проявлять более высокий уровень доверия к другим предпринимателям и предпринимательским организациям. Вместе с тем как среди успешных, так и среди не совсем успешных предпринимателей выделяются респонденты, более ориентированные либо на доверительные партнерские отношения, либо на собственные силы и возможности.

В третьей группе показателей, характеризующих внешние условия предпринимательской деятельности, уровень успешности оказался связан на статистически значимом уровне лишь с ретроспективной оценкой изменения благоприятности экономических условий. Однако эта связь может свидетельствовать как о зависимости оценок успешности от оценок благоприятности внешних условий, так и об обратной зависимости.

Как видно из приведенной таблицы, показатель успешности наиболее тесно связан с оценками конкурентоспособности и удовлетворенности экономическими результатами своей деятельности. Можно предположить, что указанные показатели являются наиболее важными критериями оценки предпринимателем своей деятельности как успешной или малоуспешной. Очевидно, что показатели удовлетворенности и конкурентоспособности являются интегральными, т. е., в свою очередь, сами определяются целым рядом факторов.

Результаты кластерного анализа данных позволяют дать дополнительную информацию относительно взаимосвязей оценки успешности предпринимательской деятельности с другими показателями деловой активности предпринимателей. Оценка успешности последовательно (в зависимости от степени тесноты связей) объединяется в общий кластер с оценками: уровня жизни семьи, обеспеченности материальных потребностей семьи доходами и изменения уровня жизни семьи за последний год.

Далее, кластер, включающий эти показатели, объединяется с другим, в который входят оценки ожидаемого изменения уровня жизни семьи и уровня конфликтности с государственными органами и предпринимательскими структурами, а также оценки своей конкурентоспособности и собственных возможностей в повышении успешности бизнеса. В рамках этого кластера объединяются как показатели, характеризующие следствия успешности предпринимательской деятельности, так и показатели, выступающие ее факторами.

Образовавшийся кластер объединяется, в свою очередь, с относительно независимым кластером, включающим в себя показатели удовлетворенности результатами предпринимательской деятельнос-

ти и оценку надежности большинства партнеров. Оценка собственной деловой активности по результатам кластерного анализа проявилась как относительно независимый показатель.

Анализ парных распределений оценок успешности предпринимательской деятельности с другими показателями позволяет предположить, что для группы предпринимателей, сравнительно высоко оценивающих свои успехи, характерны следующие особенности. Успешные предприниматели предпочитают жить и работать в условиях конкуренции, но менее склонны к риску, не склонны доверять государственным органам, в целом более высоко оценивают надежность своих нынешних партнеров. Они в меньшей степени испытывают давление монопольных структур, более оптимистично прогнозируют изменения в экономических условиях. Успешные предприниматели более высоко оценивают собственные возможности в повышении успешности бизнеса и степень своей конкурентоспособности, в большей степени намерены повышать свою деловую активность, они также более высоко оценивают уровень материального благосостояния своих семей и динамику его изменения (особенно в прошлом). Среди успешных предпринимателей выделяются как те, кто удовлетворен результатами своей предпринимательской деятельности, так и те, кто не удовлетворен достигнутым положением. Среди мотивов, побуждающих людей заниматься предпринимательской деятельностью, они реже отмечают стремление к высокому уровню материального благосостояния и значительно чаще — стремление реализовать свои способности.

В условиях рынка конкурентоспособность — главное качество компании, от которого напрямую зависит ее адаптация в меняющихся экономических условиях. Для поддержания должного уровня конкурентоспособности предпринимателям необходимо прилагать много усилий: внедрять новую технику, осваивать новые производства и технологии, проводить большую работу по улучшению психологического климата в коллективе, и т. п. В процессе исследования мы просили предпринимателей оценить их собственную конкурентоспособность. Использовалась возрастающая семибалльная шкала самооценки, крайним полюсам которой соответствовали оценки «очень низкая» (1 балл) и «очень высокая» (7 баллов) степень конкурентоспособности.

В зависимости от полученных самооценок опрошенных можно разделить на три группы: оценивающих свою конкурентоспособность как низкую (1–3 балла), среднюю (4 балла) и высокую (5–7 баллов). Сравнительный анализ оценок, представленных в таблице 10, показывает, что большинство опрошенных во всех выборках оценива-

Таблица 10
Оценка степени собственной конкурентоспособности
(в процентах к числу опрошенных)

Выборка	1	2	3	4	5	6	7	M	St. dev.
	% отметивших оценку на семибалльной шкале								
1992	0	4	26	24	32	10	4	4,30	
1994	3,0	0	6,1	48,5	22,7	19,7	0	4,47	1,07
1996	0	4,3	10,0	31,4	27,1	10,0	17,1	4,80	1,37
1997	4,1	10,2	8,7	26,5	26,5	16,3	7,7	4,41	1,52
2001	0,8	4,0	9,6	30,4	28,0	20,0	7,2	4,70	1,26
2003	1,6	6,6	9,8	19,7	39,3	16,4	3,3	4,56	1,43
2005	0	6,6	6,7	21,6	30,0	30,0	5,0	4,85	1,25
2008	1,4	1,4	10,0	19,3	30,7	27,9	9,3	4,97	1,23

ет степень своей конкурентоспособности выше среднего. Динамика этой оценки демонстрирует устойчивую тенденцию расслоения предпринимателей на тех, кто считает себя высококонкурентоспособным, и на тех, кто менее конкурентоспособен (доля предпринимателей, оценивающих степень своей конкурентоспособности на среднем уровне, падает с 48,5% в 1994 до 26% в 1997 и 1998 г., 30% в 2001 г., 20% в 2003 г. и 21,6% в 2005 г.). Динамика средних оценок конкурентоспособности предпринимателей носит неоднозначный характер: повышение оценок сменяется их снижением. Однако в целом эту оценку можно охарактеризовать как «среднюю, ближе к высокой». При этом наиболее высокочастотными на всех этапах исследования стали оценки 4 и 5 баллов, т. е. средние и выше средних по шкале, а доля опрошенных, оценивших свою конкурентоспособность выше среднего уровня, превышает 50%.

Высокая оценка своей конкурентоспособности подразумевает, прежде всего, эффективно организованный бизнес, способный приносить прибыль и развиваться в существующих экономических условиях, наличие людских и материальных ресурсов, позволяющих производить пользующиеся спросом товары или услуги, наличие рынков сбыта, а также надежных отношений с партнерами. Таким образом, респондент, высоко оценивающий свою конкурентоспособность оценивает себя как умелого, деятельного организатора, успешного и перспективного предпринимателя. Данные утверждения подкрепляются результатами корреляционного анализа (таблица 11).

Таблица 11

Корреляционные связи оценок конкурентоспособности с другими показателями (коэффициенты корреляции)

Показатели	1997	2001
Оценка уровня деловой активности	0,38	0,41
Отношение к конкуренции	0,47	0,26
Отношение к риску	0,18	0,17
Оценка экономических условий деятельности	0,34	0,41
Оценка удовлетворенности экономическими результатами деятельности	0,34	0,40
Оценка степени надежности партнеров	0,37	0,36
Оценка степени доверия к государственным структурам	-0,07	0,19
Оценка степени доверия к предпринимательским структурам	0,24	0,19
Оценка уровня жизни семьи в настоящее время	0,31	0,29
Оценка влияния экономической политики государства на развитие бизнеса	0,05	0,12
Оценка влияния местных органов власти на развитие бизнеса	0,05	0,15
Оценка влияния отношения населения к предпринимателям на развитие бизнеса	0,17	0,08
Ожидаемые изменения своей деловой активности	0,30	0,29
Ожидаемые изменения уровня жизни семьи	0,47	0,23
Оценка уровня собственного благосостояния	0,18	0,16
Оценка возможностей в повышении успешности бизнеса	0,34	0,27

Так, оценка своей конкурентоспособности устойчиво и значимо связана с оценками: уровня деловой активности, благоприятности экономических условий, степени надежности партнеров, степени доверия к предпринимательским структурам, ожидаемых изменениям деловой активности и материального уровня семьи, а также собственных возможностей в повышении успешности бизнеса.

Оценка удовлетворенности экономическими результатами деятельности имеет устойчивые корреляционные связи с той же совокупностью параметров, что и оценка конкурентоспособности, и это является обоснованным, так как высокие оценки результатов экономической деятельности во многом обуславливаются одним и тем же набором составляющих. Можно предположить, что оценка конкурентоспособности является рядовым показателем удовлетворенности.

Однако, анализируя данные корреляционного анализа, можно убедиться, что эти два показателя относительно самостоятельны и характеризуют два различных аспекта оценки успешности. Как видно из приведенной ниже таблицы, наиболее тесная связь показателя удовлетворенности обнаруживается с оценкой предпринимателями материального уровня семьи в настоящее время (для обеих выборок порядка 0,5). Значимые корреляционные связи обнаружены также с оценкой уровня собственного благосостояния (по выборкам 1997 и 2001 гг. 0,28 и 0,26, соответственно), в то время как положительная связь этого показателя с оценкой конкурентоспособности хотя и существует, однако не является статистически значимой.

Таким образом, оценка обеспеченности семьи доходами, оценка уровня жизни семьи и уровня собственного благосостояния в значительной степени определяют удовлетворенность экономическими результатами предпринимательской деятельности, становясь ее вещественной мерой, некоторым материальным критерием. Можно предположить, что удовлетворенность определяется скорее результативными характеристиками, в то время как оценка конкурентоспособности как результативными, так и в значительной степени процессуальными.

Данное предположение также подтверждается тем, что в отличие от оценки конкурентоспособности для оценки удовлетворенности не выявлены устойчивые значимые связи с такими параметрами, как оценка отношения к конкуренции, оценка степени надежности партнеров, оценка степени доверия к предпринимательским структурам, оценка ожидаемых изменений материального уровня семьи и уровня деловой активности.

Можно предположить существование двух наиболее важных критериев оценки предпринимателем своей успешности:

- по результатам предпринимательской деятельности, прежде всего, достижения определенного материального статуса;
- по состоянию своего бизнеса в настоящее время — эффективно и доходно, имеющего перспективу дальнейшего развития.

Несмотря на многочисленные данные, в том числе полученные в настоящем исследовании, по-прежнему проблемным остается вопрос о соотношении феномена деловой активности и успешности деятельности предпринимателей. Как уже отмечалось, успешность рассматривается в качестве показателя деловой активности опрошенных, т. е. более успешные предприниматели являются в деловом плане более активными.

Таблица 12

Корреляционные связи оценок удовлетворенности с другими показателями (коэффициенты корреляция)

Показатели	1997	2001
Оценка уровня деловой активности	0,21	0,41
Отношение к конкуренции	0,13	0,14
Отношение к риску	0,04	0,24
Оценка экономических условий деятельности	0,34	0,34
Оценка конкурентоспособности	0,34	0,40
Оценка степени надежности партнеров	0,17	0,27
Оценка степени доверия к государственным структурам	0,14	0,24
Оценка степени доверия к предпринимательским структурам	0,17	0,29
Оценка жизненного уровня семьи в настоящее время	0,48	0,50
Оценка влияния экономической политики государства на развитие бизнеса	0,29	0,19
Оценка влияния местных органов власти на развитие бизнеса	-0,04	0,20
Оценка влияния отношения населения к предпринимателям на развитие бизнеса	0,17	0,05
Ожидаемые изменения своей деловой активности	0,26	0,10
Ожидаемые изменения уровня жизни семьи	0,29	0,07
Оценка уровня собственного благосостояния	0,28	0,26
Оценка возможности в повышении успешности бизнеса	0,29	0,32

С другой стороны, успешность может выступать интегральным следствием, или результатом деловой активности предпринимателей, оцениваемой по различным показателям. И в этом случае успешность не является рядовым показателем деловой активности. Не случайно между показателями деловой активности предпринимателей и успешности их деятельности наблюдается стабильная значимая корреляция. Так, для выборки 1997 г. коэффициент корреляции составил 0,26, а в 2001 г. вырос до значения 0,47. Однако, анализируя пары сопряженных значений показателей активности и успешности (ответы одного и того же респондента на оба вопроса), можно заметить, что далеко не всегда высокая активность сочетается с высокой успешностью, и наоборот: предприниматели, считающие себя успешными, не всегда оценивали уровень своей деловой активности как высокий. На рисунке 2 для выборки 1997 г. приводится изображение так назы-

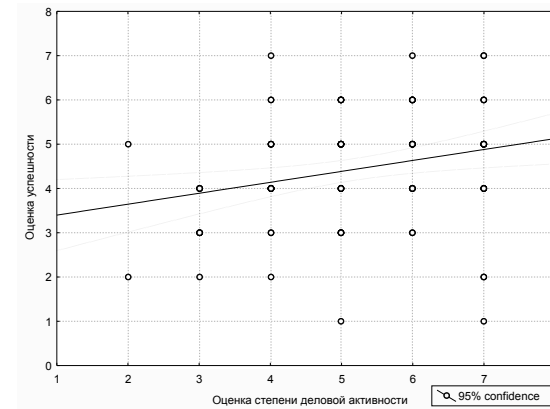


Рис. 2. Картина корреляционного поля для показателей активности и успешности (данные опроса 1997 г.)

ваемого корреляционного поля показателей активности и успешности, которое наглядно это иллюстрирует.

Данное несоответствие может объясняться тем, что хотя эти показатели тесно связаны и взаимно обуславливают друг друга, однако по сути являются различными и самостоятельными. Деловая активность во многом определяется индивидуальными психологическими качествами предпринимателя и характеризует в большей степени конативную (поведенческую) сторону психологических отношений к предпринимательской деятельности. В то же время оценка успешности является, прежде всего, интегральной характеристикой эмоциональной (оценочной) и когнитивной (рациональной) сторон этих отношений. Следовательно, все вышесказанное позволяет предположить существование относительно самостоятельных феноменов деловой активности и успешности деятельности предпринимателей. Деловая активность, скорее всего, может определяться процессуальными характеристиками деятельности предпринимателей, а успешность — результативными, и они могут не совпадать, причем не только незначительно, но и достаточно принципиально.

Таким образом, в результате исследования были выделены социально-психологические феномены, наиболее тесно связанные с оценками успешности предпринимательской деятельности. Обнаружены статистически значимые различия выделенных показателей у предпринимателей, различающихся по критерию успешности. Изученные показатели действительно выступают социально-психологическими признаками успешности предпринимательской деятельности.

Глава 15

РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одной из важных задач исследования было выявление региональных и гендерных особенностей основных социально-психологических характеристик деловой активности российских предпринимателей. В качестве основных гипотез исследования были сформулированы следующие предположения.

1. Существуют гендерные и региональные особенности выраженности социально-психологических характеристик деловой активности предпринимателей.
2. Динамика социально-психологических характеристик деловой активности российских предпринимателей характеризуется уменьшением значимых различий, связанных с их гендерной принадлежностью и региональными особенностями.

Теоретико-методологической основой данного исследования является авторская концепция психологических отношений субъектов экономической деятельности, изложенная в ряде публикаций 2000–2010-х годов и представленная в теоретическом разделе монографии. В рамках данного подхода психологические отношения рассматриваются как характеристики экономического сознания предпринимателей, индивидуальных и групповых субъектов экономической активности, включающие в себя эмоционально окрашенные представления и оценки условий экономической деятельности, их отношений с партнерами и представителями других социальных групп, характеристики собственной деловой активности и себя как ее субъектов. Психологические отношения предпринимателей – субъектов экономической деятельности, с одной стороны, определяются их личностными психологическими особенностями, а, с другой – выступают существенными социально-психологическими факторами (детерминантами) деловой активности, определяя ее уровень и направленность.

Основным аналитическим подходом при выполнении данного исследования является сравнительный анализ результатов исследования, полученных на представительной выборке предпринимателей, проживающих и ведущих свой бизнес в Москве и в других регионах России. Для сбора эмпирических данных в регионах были организованы поездки в областные центры: Ярославль, Кострому, Самару, Карачаевск, Черкесск, Красноярск и Иркутск. Выбор именно этих городов был обусловлен рядом причин. Они представляют регионы центральной, южной и восточной России. Эти города являются достаточно представительными с точки зрения условий и состояния развития малого и среднего бизнеса в регионах России. В этих городах имеются исследовательские социально-психологические центры, что облегчает привлечение интервьюеров для проведения опросов. Регулярное проведение эмпирических исследований российских предпринимателей (срезов) на базе этих регионов позволяет проводить корректный сравнительный анализ данных, полученных на представительных и сопоставимых выборках в разные годы, т. е. эмпирически исследовать динамику становления социально-психологических характеристик новых российских предпринимателей.

При обобщенном анализе результатов эмпирических исследований проводился сравнительный анализ данных, полученных по единой программе в разные годы начиная с 1997 г. с временным интервалом, что позволило проследить динамику исследуемых социально-психологических особенностей предпринимателей. В исследовании, проведенном в 1997 г., было опрошено 206 российских предпринимателей, занятых в сфере малого и среднего бизнеса на территории г. Москвы и Центральной России (Ярославль, Кострома, Самара). В исследовании, проведенном в 2001 г., приняли участие 285 российских предпринимателей, занятых в сфере малого и среднего бизнеса на территории трех регионов: г. Москвы, Центральной России и Сибири (Красноярск и Иркутск). В 2008–2010 гг. под руководством В. П. Позняка проведено эмпирическое исследование социально-психологических факторов – регуляторов деловой активности российских предпринимателей в условиях экономической реформы. В нем приняли участие предприниматели различных регионов России (Москва, Центральные регионы, Восточная Сибирь, Кавказский регион), представляющие сектор малого и среднего бизнеса. Общая численность респондентов – 460 человек, из них 62% мужчин и 38% женщин.

Основным инструментом нашего исследования стала программа А. Л. Журавлева и В. П. Позняка, направленная на выявление личностных и социально-психологических особенностей предприни-

мателей (Журавлев, Позняков, 2002). Основным методом сбора эмпирической информации является авторское стандартизированное интервью по специально разработанному опроснику, а также психологические опросники и шкалы для оценки социально-психологических особенностей личности. Статистическая обработка результатов проводилась с использованием пакетов программ MS Excel и Statistica 6.0 (сравнение групп по критерию Манна–Уитни, корреляционный и факторный анализ).

Результаты исследования и их анализ

Региональные особенности социально-психологических характеристик российских предпринимателей

Оценка благоприятности условий предпринимательской деятельности. На развитие и успешность предпринимательской деятельности оказывают влияние как внешние социально-экономические условия, так и собственные возможности предпринимателей в развитии бизнеса. Оценка благоприятности экономических условий для осуществления предпринимательской деятельности проводилась по семибальной шкале, крайним полюсам которой соответствуют оценки «совершенно неблагоприятные» (1 балл) и «очень благоприятные» (7 баллов). Данный показатель был использован начиная с опроса 1997 г., что позволяет проследить динамику оценок московских предпринимателей и сравнить их с оценками региональных бизнесменов.

Сравнительный анализ оценок благоприятности экономических условий деятельности в группах московских предпринимателей демонстрирует стабильный рост данных оценок на протяжении 2000-х годов. Доля опрошенных, оценивающих условия своей деятельности как неблагоприятные, в 1997 и 2001 гг. составляла 49% и 49,6% соответственно. Затем она снизилась до 33% в 2003 г. и осталась практически на том же уровне в 2005 г. (35%), а далее вновь снизилась до 30,2% в 2008 г. и увеличилась до 46% в 2010 г. Доля тех, кто оценил условия как благоприятные, напротив, снизилась с 31% в 1997 г. до 23% в 2001 г., но затем вновь возросла до 33% в 2003 г. и до 32% — в 2005 г., в 2008 г. превысила отметку в 40%, а затем вновь резко снизилась в 2010 г., составив 18,3%.

Отмеченная динамика оценок отражает объективные изменения экономических условий предпринимательской деятельности, связанные с кризисными изменениями в российской экономике (дефолт осени 1998 г. и финансовый кризис 2008–2009 гг.; опрос проводился

в первой половине 2008 г.). Вместе с тем обращает на себя внимание достаточно большой разброс оценок и их выраженная дифференцированность, свидетельствующая, по нашему мнению, о высокой степени их субъективности.

Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что существуют как сходные черты, так и социально-психологические особенности развития предпринимательской деятельности в столице и в других регионах России. По данным опросов 1997 г. и 2001 г. в обеих выборках оценки благоприятности экономических условий для осуществления предпринимательской деятельности оказались ниже средних по шкале, а это значит, что условия развития бизнеса оценивались респондентами как неблагоприятные (см. таблицу 1). Вместе с тем по этому вопросу обнаружены достоверные различия на 1% уровне значимости. Предприниматели из городов Центральной России оценили экономические условия для развития предпринимательской деятельности еще более негативно, чем москвичи. Они чаще испытывали противодействия в работе со стороны государственных и местных органов власти, местного населения. У них была сильнее выражена зависимость от государственных и местных органов власти. Подавляющее большинство предпринимателей обеих выборок считают, что в сложившихся социально-экономических условиях развитие их предпринимательской деятельности в большей степени зависит от их собственных усилий.

Сравнительный анализ оценок благоприятности экономических условий предпринимательской деятельности показывает, что доля московских предпринимателей, оценивающих условия предпринимательской деятельности как благоприятные и очень благоприятные (свыше 30% респондентов), в три раза больше, чем представите-

Таблица 1

Оценка благоприятности экономических условий для осуществления предпринимательской деятельности (средние значения оценок по 7-балльной шкале)

Группы предпринимателей	1997		2001		2008	
	Средний балл *	Станд. откл.	Средний балл	Станд. откл.	Средний балл	Станд. откл.
Москвичи	3,56	1,61	3,57	1,33	4,31	1,35
Регионы России	2,98	1,31	3,64	1,38	4,17	1,46

Примечание: * — различия значимы на уровне $p=0,01$.

лей регионов. Вместе с тем почти половина опрошенных московских предпринимателей оценили условия своего бизнеса как неблагоприятные, а среди представителей регионального бизнеса таковых оказалось еще больше — 62,5%. Таким образом, сходные экономические условия, в которых приходится действовать предпринимателям, оцениваются ими достаточно дифференцированно.

При этом обнаружился неожиданный факт: разброс оценок среди московских предпринимателей оказался больше, чем у представителей регионов (у москвичей представлены все значения шкалы от 1 до 7 и больше значение стандартного отклонения). Эти данные вступают в противоречие с исходными представлениями исследователей о том, что объективно экономические условия для ведения бизнеса в одном регионе, в данном случае в Москве, должны быть более однородными, чем в различных регионах провинции. В связи с этим возникает вопрос о субъективных критериях такой оценки.

По данным опроса 2001 г., произошло существенное повышение оценок благоприятности экономических условий предпринимательской деятельности в выборке региональных предпринимателей. Резко, на 17%, снизилась доля респондентов, оценивших эти условия как крайне неблагоприятные (1–2 балла), и на 10% увеличилась доля тех, кто оценил условия как благоприятные и очень благоприятные (5–7 баллов). В результате существенно вырос средний балл оценки данного показателя по выборке (различия значимы на уровне $p < 0,01$). При этом характер распределения оценок и их средние значения в региональной выборке стали практически идентичны данным, полученным в московской выборке, где они остались на уровне 1997 г. По полученным данным можно констатировать существенное улучшение экономических условий деятельности региональных предпринимателей (по крайней мере, на уровне их субъективных оценок) при их сохранении на прежнем уровне в московском регионе. По данным опроса 2008 г., оценки благоприятности экономических условий для осуществления предпринимательской деятельности существенно повысились как в Москве, так и в регионах, превысив средние значения по шкале. Полученные данные свидетельствуют о существенном улучшении благоприятности условий для предпринимательской деятельности в России в первой половине 2000-х годов, которое нашло свое отражение в субъективных оценках респондентов. Напомним, однако, что опрос проводился до начала экономического кризиса 2008 г.

Результаты корреляционного анализа показали статистически значимую (на уровне $p < 0,01$) связь оценок благоприятности эконо-

мических условий предпринимательской деятельности с ретроспективными и ожидаемыми оценками изменения этих условий, а также с оценками материального уровня жизни семьи и динамики его изменения. Полученные результаты совпадают с данными, полученными нами ранее при исследовании социально-психологических факторов деловой активности сельских жителей (Позняков, 2000; см. также раздел 4 данной монографии). Можно констатировать, что оценочные отношения субъектов экономической деятельности имеют выраженную временную организацию, в которой представлены не только субъективные оценки актуального состояния внешних условий экономической деятельности с точки зрения их благоприятности для достижения успеха в бизнесе, но и ретроспективная оценка динамики этих изменений в прошлом и прогноз их изменения в будущем. Кроме того, полученные данные подтверждают выдвинутое нами предположение, что субъективная оценка своего материального благосостояния является важным психологическим критерием оценки благоприятности внешних условий предпринимательской деятельности.

Более детальный анализ данных позволяет обнаружить новые зависимости. По результатам корреляционного анализа были установлены связи оценки благоприятности экономических условий предпринимательской деятельности с оценками предпринимателями собственных возможностей в повышении успешности своего бизнеса и зависимости развития бизнеса от социально-экономических условий (в последнем случае связь отрицательная), что можно интерпретировать следующим образом. Благоприятность внешних экономических условий для ведения предпринимательской деятельности напрямую связана в представлениях предпринимателей с оценкой степени независимости своего бизнеса от этих условий, а также с оценкой собственных возможностей ведения дела и достижения успеха.

Показатель оценки благоприятности экономических условий обнаружил устойчивые значимые корреляционные связи, с одной стороны, с показателями, характеризующими внешние по отношению к предпринимателю факторы (оценка отношения к предпринимателям со стороны госструктур, влияние экономической политики государства и местных органов власти на развитие предпринимательства в регионе), а с другой — с рядом показателей, характеризующих самого предпринимателя и его самооценку: уровень деловой активности, конкурентоспособность, возможности в развитии бизнеса, успешность деятельности и удовлетворенность ее результатами

Таблица 2

Корреляционные связи оценки благоприятности экономических условий с другими показателями (цветом выделены коэффициенты корреляции, которые являются статистически значимыми)

Показатели	1997	2001	2008
Оценка отношения государственных органов власти	-0,17	0,53	0,25
Оценка влияния экономической политики государства на развитие предпринимательской деятельности	0,38	0,41	0,23
Оценка влияния органов местной власти на развитие предпринимательской деятельности	0,09	0,30	0,32
Оценка материального уровня жизни семьи в настоящее время	0,35	0,26	0,27
Ожидаемые изменения в материальном уровне жизни семьи	0,38	0,27	0,28
Оценка уровня деловой активности	0,23	0,39	0,48
Ожидаемые изменения своей деловой активности в последнее время	0,40	0,39	0,23
Оценка конкурентоспособности	0,35	0,48	0,36
Оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса	0,45	0,63	0,21
Оценка уровня реализации целей	0,33	0,35	0,23
Оценка успешности предпринимательской деятельности	0,30	0,26	0,44
Оценка удовлетворенности экономическими результатами деятельности	0,34	0,50	0,36
Оценка удовлетворенности работой в целом	0,36	0,36	0,36
Оценка частоты случаев поддержки государственных органов		0,31	0,03
Оценка степени надежности большинства партнеров	0,25	0,27	0,47
Оценка степени доверия к предпринимательским структурам	0,12	0,20	0,31
Оценка степени риска в настоящее время	-0,24	-0,25	-0,14
Оценка частоты случаев обмана, необязательности партнеров		0,10	-0,33

Перечисленные показатели являются интегральными для психологических отношений к предпринимательской деятельности. Выявленные взаимосвязи могут быть интерпретированы как свидетельство двухстороннего характера и взаимовлияния оценок внешних и внутренних условий деловой активности предпринимателей. С одной

стороны, объективные экономические факторы оказывают влияние на реальное экономическое поведение предпринимателей как субъектов экономической деятельности, во многом определяя субъективные оценки уровня и результатов их деловой активности. С другой стороны, удовлетворенность предпринимателей результатами своей деятельности, оценка собственной успешности, а также оценка своих возможностей в будущем, безусловно, накладывают отпечаток на субъективную оценку благоприятности экономических условий.

Полученные данные позволяют утверждать, что оценки предпринимателем своих возможностей и результатов своей деятельности выступают субъективными критериями определения благоприятности экономических условий. Более успешные предприниматели в целом более позитивно оценивают внешние экономические условия, а менее успешные – более негативно, рассматривая неблагоприятные экономические условия в качестве причины собственных неудач.

Особую группу показателей, связанных с оценкой благоприятности экономических условий, составляют оценки предпринимателями их отношений с представителями разных социальных групп. Результаты корреляционного анализа показали статистически значимую связь рассматриваемого показателя с оценкой отношения к предпринимателям со стороны государственных органов власти. Если в 1997 г. значение коэффициента корреляции составило -0,17 (незначимое на 5% уровне), то уже в 2001 г. степень связи возросла до 0,53 (статистически значимая связь, $p < 0,05$), и в 2008 г. значение связи составило 0,25 (близкое по значимости к порогу 0,05). Наличие таких результатов объясняется очевидной смысловой общностью этих показателей. Интересным представляется тот факт, что статистически значимая положительная динамика оценок отношения к предпринимателям со стороны государства за период 2001–2008 гг. сочетается с некоторыми изменениями в оценках благоприятности экономических условий. К группе социально-психологических характеристик оценки благоприятности экономических условий деятельности можно отнести также оценки степени доверия к предпринимательским структурам, надежности большинства нынешних партнеров, а также частоты проявлений обмана и необязательности с их стороны.

Наконец, особое место в группе изучаемых показателей занимает оценка предпринимателями степени риска их деятельности, которая также обнаруживает значимую корреляцию с оценкой благоприятности экономических условий по данным двух срезов: субъективная оценка степени риска в предпринимательской деятельности обратно пропорциональна оценке благоприятности экономических усло-

вий, т. е. большинство респондентов считают высокий риск в своей деятельности скорее неблагоприятным фактором.

По результатам факторного анализа данных опроса 1997 г. оценки благоприятности экономических условий для ведения предпринимательской деятельности выделились в самостоятельный фактор, куда вошли ретроспективные оценки изменения условий предпринимательской деятельности за прошедший год и прогноз их изменения в будущем году, а также оценки материального положения семьи в настоящее время. При этом оценки, характеризующие самого предпринимателя как субъекта деловой активности (оценка собственных возможностей в повышении успеха своего бизнеса, своей конкурентоспособности и успешности предпринимательской деятельности) вошли в другой фактор. Эти данные можно интерпретировать как свидетельство относительной автономности, независимости оценок предпринимателями своей деловой активности и себя как ее субъектов от оценок благоприятности внешних условий их экономической деятельности.

Факторный анализ данных опроса 2001 г. выявил новые закономерности. Были выделены следующие три фактора, обозначенные в соответствии с названием показателей, получивших высокую значимость: «материальное благосостояние семьи», «надежность партнеров» и «собственные возможности». Эти данные свидетельствуют, с одной стороны, о выраженной интернальности предпринимателей в их оценках экономических условий, а с другой — о возрастании роли партнерских отношений в предпринимательской деятельности.

Ретроспективная оценка изменения экономических условий оказалась статистически положительно связана с актуальной и ретроспективной оценками материального положения семьи и отрицательно — с прогнозом его изменения. Прогноз благоприятности экономических условий оказался значимо связан с ретроспективной оценкой их изменения, оценкой отношения со стороны государственных органов, удовлетворенностью результатами своей деятельности, оценкой реального риска в своей деятельности и прогнозом своего поведения в случае неудачи. Однако прогноз благоприятности экономических условий, так же как и ретроспективная оценка их изменения, оказался не связан с оценкой и прогнозом изменения уровня жизни семьи.

Прогноз изменения уровня жизни семьи оказался, в свою очередь, статистически связан, с одной стороны, с оценкой его изменения в прошлом, а с другой — с оценкой собственной деловой активности и, как уже отмечалось, успешности своей деятельности. Обращает на себя внимание отрицательная связь прогноза изменения уров-

ня жизни семьи (правда, на незначимом уровне) с ретроспективной оценкой и прогнозом изменения благоприятности экономических условий предпринимательской деятельности. Таким образом, оценки внешних экономических условий деятельности предпринимателей на макроуровне (экономическая ситуация в стране) и на микроуровне (благосостояние семьи) проявились в исследовании как относительно самостоятельные факторы. Полученные результаты свидетельствуют о том, что улучшение материального положения своих семей предприниматели связывают преимущественно с результатами собственной деловой активности, а не с благоприятностью внешних условий.

В качестве общей тенденции можно отметить увеличение средних значений оценок благоприятности экономических условий за период 2001–2008 гг. в обеих выборках и снижение различий в оценках московских и региональных предпринимателей.

Оценка предпринимателями значимости разных факторов развития бизнеса

Наряду с общей оценкой благоприятности экономических условий для предпринимательской деятельности в данном исследовании респондентам предлагалось дифференцированно оценить, от каких факторов и в какой степени зависит развитие их бизнеса (этот показатель использовался в опросах 1996–2001 гг.). Варианты ответов были сформулированы следующим образом: «от социально-экономических условий», «от местных органов власти», «от отношения населения», «от взаимоотношений с партнерами» и «от меня самого». Эти факторы были выделены в качестве основных для внешних условий деловой активности по результатам предыдущих исследований (Журавлев, Позняков, 1995). Оценки проводились по семибалльной шкале, крайние полюса которой соответствовали оценкам «очень слабо» и «очень сильно». Результаты по данному вопросу представлены в таблице 3.

На первых этапах исследования, когда использовался данный показатель, была обнаружена сильная зависимость предпринимательской деятельности от социально-экономических условий в стране, ее указали 65,8% предпринимателей, опрошенных в 1996 г. и 73,4% опрошенных в 1997 г. При этом несколько сократилась доля опрошенных, давших средние оценки, и увеличилась доля тех, кто оценивал данную зависимость как слабую. Средние значения оценок по данному показателю оказались значительно выше средних по шкале и практически не изменились. Эти данные свидетельствуют о том, что во вто-

Таблица 3

Оценки зависимости развития предпринимательской деятельности от различных факторов (средние значения оценок по семибалльной шкале)

Факторы развития бизнеса	1996		1997		2001	
	М	St. d.	М	St. d.	М	St. d.
Социально-экономические условия	5,35	1,75	5,35	1,65	2,76	1,86
Местные органы власти	4,53	1,71	4,44	1,77	4,29	1,97
Отношение населения*	3,72	1,93	3,47	2,00	2,89	2,19
Взаимоотношения с партнерами	4,82	1,84	4,77	1,83	4,95	1,75
Собственная активность*	5,96	1,63	5,98	1,58	6,37	1,22

Примечание: * – $p=0,05$.

рой половине 1990-х годов предприниматели в значительной степени ощущали зависимость своего бизнеса от социально-экономических условий в стране.

Принципиально отличаются данные опроса 2001 г., когда на сильную зависимость своего бизнеса от социально-экономических условий в стране указали только 16% опрошенных, и резко, до 63%, увеличилась доля респондентов, оценивших эту зависимость как слабую. Зависимость развития бизнеса от местных органов власти и от отношения населения к предпринимателям выражена в меньшей степени и имеет тенденцию к снижению (при этом зависимость от отношения населения – на значимом уровне). Зависимость же от взаимоотношений с партнерами и от самого предпринимателя оценивается как более сильная и имеет тенденцию к усилению.

На всех этапах исследования предприниматели наиболее высоко оценивали зависимость развития своего бизнеса от себя самого. Как сильную ее отметили 78,6% опрошенных в 1996 г., 84,8% в 1997 г., и 94,8% в 2001 г. При этом свыше половины респондентов выбрали для ответа на этот вопрос максимально возможный балл оценки.

По данному показателю также были выявлены региональные особенности. В обоих выборках опроса 1997 г. была обнаружена сильная зависимость предпринимательской деятельности от социально-экономических условий в стране, на нее указали 61% московских и 78% региональных респондентов. Средние значения оценок – 5,1 у московских и 5,6 – у региональных предпринимателей. При этом обнаружены достоверные, на уровне значимости 5%, различия в ответах

Таблица 4

Распределение оценок зависимости развития предпринимательской деятельности от самого предпринимателя (в процентах к числу опрошенных)

Год проведения опроса	Очень слабо		Слабо	Средне	Сильно	Очень сильно		Средн. Балл	Станд. откл.
	1	2	3	4	5	6	7		
1996	1,4	4,3	5,7	10,0	4,3	12,9	61,4	5,96	1,63
1997	4,2	0,5	5,2	5,2	10,5	16,2	58,1	5,98	1,58
2001	2,6	0	0	2,6	13,2	13,2	68,4	6,37	1,22

московских предпринимателей и предпринимателей из регионов. Зависимость предпринимателей из городов Центральной России от социально-экономических условий выражена сильнее, чем у москвичей. Также обнаружена более сильная зависимость региональных предпринимателей от местных органов власти: ее отметили 61% региональных и 34% московских предпринимателей (уровень значимости различий – 1%). Но эта зависимость в целом оценивается как менее значительная, чем зависимость от социально-экономических условий (средние значения оценок – 3,9 у московских и 4,9 у региональных предпринимателей).

Еще ниже оценивается в обеих группах зависимость развития бизнеса от отношения со стороны местного населения. В качестве сильной зависимости развития своего бизнеса от этого фактора отметили 25% московских и 31% региональных предпринимателей. Сравнение данных обеих выборок выявило более сильную зависимость от отношения населения у предпринимателей из городов Центральной России по сравнению с москвичами (средние значения оценок – 3,2 у московских и 3,7 у региональных предпринимателей, различия значимы на уровне тенденции). Вместе с тем у москвичей в большей степени выражена зависимость от взаимоотношений с партнерами: в качестве сильной ее отметили 62% опрошенных москвичей и 55% региональных респондентов (средние значения оценок – 4,99 и 4,5 балла, различия достоверны на 10-процентном уровне значимости). Характерно, что ранг значимости этого фактора по оценкам московских предпринимателей выше, чем фактора «местные органы власти» (у региональных предпринимателей наоборот).

Однако в наибольшей степени развитие предпринимательской деятельности зависит, по мнению опрошенных, от них самих: 83%

москвичей и 81 % предпринимателей из регионов Центральной России отметили зависимость своей предпринимательской деятельности от собственной деловой активности как наиболее значительную, средние оценки значимости этого фактора также наиболее высокие в обеих группах — 6,1 у московских и 5,8 у региональных предпринимателей.

Анализ данных, полученных в 1997 г., показывает, что в целом предприниматели в высокой степени ощущают зависимость развития своего бизнеса как от социально-экономических, так и от социально-психологических факторов. Зависимость от общих социально-экономических условий в стране воспринимается ими как более сильная, чем зависимость от местных органов власти, а зависимость от взаимоотношений с партнерами как более сильная, чем зависимость от отношения со стороны местного населения. Предприниматели из регионов в 1997 г. более высоко оценивают зависимость развития своего бизнеса от таких внешних факторов, как социально-экономические условия, политика местных органов власти и отношение местного населения, а московские предприниматели более значимыми факторами считают отношения с партнерами и себя самих (свои собственные возможности).

Сравнивая результаты опросов 1997 и 2001 гг., следует отметить резкое снижение как в московской, так и в региональных выборках оценок зависимости развития предпринимательской деятельности от общих социально-экономических условий и менее существенное —

Таблица 5

Оценки зависимости развития предпринимательской деятельности от различных факторов, по данным опроса 1997 г. (средние значения оценок по семибальной шкале)

Факторы развития бизнеса	Предприниматели из Москвы		Предприниматели из регионов	
	М	St. dev.	М	St. dev.
Социально-экономические условия*	5,0	1,69	5,61	1,57
Местные органы власти**	3,93	1,80	4,97	1,58
Отношение населения	3,22	1,35	3,73	1,48
Взаимоотношения с партнерами	4,99	1,67	4,55	1,76
Собственная активность	6,12	1,31	5,84	1,82

Примечание: * — различия значимы на уровне $p=0,05$; ** — различия значимы на уровне $p=0,01$.

Таблица 6

Оценки зависимости развития предпринимательской деятельности от различных факторов по данным опроса 2001 г. (средние значения оценок по семибальной шкале).

Факторы развития бизнеса	Предприниматели из Москвы		Предприниматели из регионов	
	М	St. dev.	М	St. dev.
Социально-экономические условия*	2,76	1,86	3,29	1,58
Местные органы власти*	3,42	1,64	3,23	1,32
Отношение населения*	4,7	1,35	3,99	1,17
Взаимоотношения с партнерами	5,76	1,27	5,31	1,15
Собственная активность	6,05	1,13	6,01	0,90

Примечание: * — различия значимы на уровне $p=0,05$; ** — различия значимы на уровне $p=0,01$.

от местных органов власти. Одновременно повышаются оценки значимости таких факторов, как отношение населения и взаимоотношения с партнерами. При этом в московской выборке зависимость от местных органов власти и отношения населения начинает оцениваться как более значимая, чем в региональных.

В целом оценка зависимости развития предпринимательской деятельности от общих социально-экономических условий и местных органов власти имеет тенденцию к снижению, а оценка зависимости от взаимоотношений с партнерами, отношения населения и от себя самого — к увеличению. По-видимому, эти оценки отражают как общую динамику изменения государственной политики в отношении предпринимательства, повышения самостоятельности российского бизнеса, так и особенности становления и развития предпринимательства в столице и регионах.

Деловая активность предпринимателей складывается под влиянием совокупности внешних и внутренних условий. Субъективная значимость отдельных составляющих условий экономической деятельности оценивается предпринимателями по-разному. В целом различия в оценках московских и региональных предпринимателей совпадают с общей динамикой изменения этих оценок, это подтверждает наше предположение о том, что формирование социально-психологических характеристик предпринимателей как социальной группы в Москве происходит более быстрыми темпами.

Оценка предпринимателями влияния основных факторов развития бизнеса

Посмотрим теперь, как оценивают предприниматели влияние основных факторов и условий на развитие предпринимательской деятельности. Данные по этому показателю были получены в опросах 1997 и 2001 гг. Респондентам предлагалось ответить на вопрос, как влияют на развитие их бизнеса экономическая политика государства, отношение местных органов власти и населения. Оценка проводилась по семибалльной шкале, крайним полюсам которой соответствовали оценки (–3) – «очень сильно препятствует» и (+3) – «очень сильно способствует». В результате опросов были получены следующие данные.

Влияние экономической политики государства свыше половины опрошенных оценивает как препятствие в развитии бизнеса. Вместе с тем около четверти предпринимателей считают, что она способствует развитию предпринимательской деятельности, и менее 20% не отмечают никакого влияния. Сходным образом оценивают опрошенные и влияние местных органов власти: здесь также преобладают негативные оценки, но несколько выше доля оценок нейтральных. Различия в распределении оценок незначимы, что свидетельствует об их стабильности. В ответах на вопрос о влиянии отношения местного населения на развитие бизнеса предприниматели более сдержаны: здесь преобладает доля нейтральных оценок, которая имеет тенденцию к увеличению, и практически поровну распределены мнения о том, способствует или препятствует отношения местного населения развитию бизнеса.

Различия в распределении оценок отражают региональные особенности выборов, что подтверждается сравнительным анализом

Таблица 7

Оценки влияния различных факторов на развитие предпринимательской деятельности (в процентах к числу опрошенных)

Название фактора	Оценка влияния					
	Препятствует		Не влияет		Способствует	
	1997	2001	1997	2001	1997	2001
Экономическая политика	57,9	59,0	19,0	15,6	23,1	25,4
Местные органы власти	54,6	52,5	26,9	23,0	18,5	24,5
Отношение населения	28,6	23,1	38,0	52,1	33,4	24,8

результатов опроса московских и региональных предпринимателей. По данным опроса 1997 г., 52% москвичей считают, что экономическая политика государства препятствует развитию предпринимательской деятельности. Предпринимателей из городов Центральной России, считающих так же, еще больше – 63,5%. Однако есть значительная часть предпринимателей, считающих, что экономическая политика государства способствует развитию предпринимательской деятельности (25% москвичей и 20,9% предпринимателей из городов Центральной России). Обнаружены различия в распределениях ответов на этот вопрос на 5-процентном уровне значимости. Таким образом, среди представителей регионов большая доля предпринимателей считает, что экономическая политика государства препятствует развитию предпринимательской деятельности.

При оценке влияния местных органов власти на развитие предпринимательской деятельности обнаружено: доля респондентов, считающих, что местные органы власти препятствуют развитию предпринимательства, оказалась несколько меньше. Так полагают 49% московских предпринимателей и 59,4% предпринимателей из регионов. Около четверти московских респондентов считают, что местные органы власти способствуют развитию их бизнеса. Среди региональных бизнесменов таковых оказалось лишь 11,8%.

Здесь также обнаружены значимые различия на 5-процентном уровне, на основании чего можно сделать вывод, что предприниматели из городов Центральной России встречают больше препятствий со стороны местных органов власти на пути развития своей деятельности.

Наиболее существенные различия обнаружились в оценках отношения местного населения к предпринимательству и предпри-

Таблица 8

Оценки влияния различных факторов на развитие предпринимательской деятельности, по данным опроса 1997 г. (в процентах к числу опрошенных)

Название фактора	Оценка влияния (М – москвичи, Р – регионы)					
	Препятствует		Не влияет		Способствует	
	М	Р	М	Р	М	Р
Экономическая политика	52	63,5	23	15,6	25	20,9
Местные органы власти	49	59,4	25	28,8	26	11,8
Отношение населения	21	35,4	42	36,5	37	28,1

нимателям. Среди московских предпринимателей 37% опрошенных считают, что отношение местного населения способствует развитию предпринимательской деятельности, 42% оценивают влияние этого фактора как незначительное и 21% считают, что отношение местного населения препятствует развитию предпринимательства. Соотношение оценок региональных предпринимателей прямо противоположное. Большинство опрошенных региональных предпринимателей (35,4%) оценивают отношение местного населения как фактор, препятствующий развитию предпринимательства. Примерно столько же (36,5%) оценивают его как незначительное, и лишь 28,1% опрошенных считают, что отношение местного населения способствует развитию предпринимательства. Различия, зафиксированные в оценках этого фактора, значимы на уровне 5%. Полученные результаты позволяют сделать вывод, что в 1997 г. московские предприниматели оценивали отношение к ним со стороны местного населения более позитивно, чем представители регионального бизнеса. Можно предположить, что в Москве на момент исследования сложилась более благоприятная социально-психологическая атмосфера отношения населения к предпринимательству (по крайней мере, так она воспринималась и оценивалась самими предпринимателями).

По данным опроса 2001 г., большинство опрошенных по-прежнему считали, что экономическая политика государства препятствует развитию предпринимательской деятельности. Вместе с тем незначительно увеличилась доля тех, кто позитивно оценивал это влияние (в региональной выборке разница составила 5%). Более значительно изменилось соотношение оценок влияния местных органов власти. По этому показателю распределение оценок региональных и московских респондентов практически уравнилось. И произошло это за счет существенного (на 13%) увеличения доли региональных предпринимателей, считающих, что местные органы власти способствуют развитию их бизнеса. Что касается оценок отношения местного населения, то его динамика оказалась в сравниваемых выборках прямо противоположной. В выборке московских предпринимателей снизилась доля тех, кто считает, что местное население способствует развитию их бизнеса, и возросла доля респондентов, полагающих, что местное население развитию бизнеса препятствует. В выборке региональных предпринимателей существенно (на 12%) снизилась доля первых и практически не изменился процент вторых (различия в распределении частот ответов значимы на уровне 0,05).

Если сопоставить эти результаты с динамикой оценок зависимости развития предпринимательской деятельности от различных

Таблица 9

Оценки влияния различных факторов на развитие предпринимательской деятельности, по данным опроса 2001 г. (в процентах к числу опрошенных)

Название фактора	Оценка влияния (М – москвичи, Р – регионы)					
	Препятствует		Не влияет		Способствует	
	М	Р	М	Р	М	Р
Экономическая политика	57,6	60,5	17,6	13,5	24,8	26,0
Местные органы власти	51,2	53,8	24,8	21,2	24,0	25,0
Отношение населения	22,4	23,8	53,6	50,6	24,0	25,6

факторов, становится очевидным, что на рубеже века наиболее существенные изменения произошли в оценках условий развития регионального бизнеса, которые приблизились к оценкам экономических условий в столице.

Результаты корреляционного анализа показали наличие значимой (на уровне $p=0,01$) связи оценок благоприятности социально-экономических условий для развития бизнеса и оценок зависимости развития бизнеса от этого фактора. Чем более низко оценивали предприниматели зависимость развития своего бизнеса от социально-экономических условий, тем в большей степени они оценивали эти условия как благоприятные.

Сходные тенденции обнаружились и при анализе взаимосвязей оценок отношения местных органов власти и местного населения к предпринимателям. Чем более слабой считают предприниматели зависимость развития своего бизнеса от влияния этих факторов, тем более благоприятными они оценивают сами условия. И напротив, чем более высоко оценивают предприниматели свои собственные возможности в повышении успешности своего бизнеса, тем более благоприятными они оценивают экономические условия своей предпринимательской деятельности. Отсюда следует очевидный вывод, что наиболее благоприятными для себя предприниматели считают такие условия, при которых зависимость от этих условий становится минимальной.

Результаты факторного анализа позволяют дополнить наши представления об отношении предпринимателей к внешним условиям их деятельности. По данным опросов 1994 и 1996 гг. был выделен фактор оценки взаимоотношений с государственными органами власти, куда вошли со значимыми весами следующие оценки:

- удовлетворенности экономической политикой государственных органов,
- отношения к предпринимателю со стороны государственных органов,
- доверия к государственным структурам,
- частоты конфликтов с представителями госструктур,
- реального риска в настоящее время,
- изменения своей деловой активности.

В качестве отдельного был выделен также фактор *оценки благоприятности условий предпринимательской деятельности*, в который вошли ретроспективные оценки изменения благоприятности экономических условий и прогноз их изменения в будущем.

По результатам опросов 1997 и 2001 гг., эти показатели объединились в одном факторе, куда вошли также оценки влияния экономической политики государства и местных органов власти на развитие предпринимательской деятельности. Эти данные свидетельствуют о том, что именно государственная экономическая политика и взаимоотношения с государственными органами власти являются основным фактором формирования внешних условий предпринимательской деятельности. Именно они обуславливают степень реального риска в предпринимательской деятельности и динамику деловой активности российских предпринимателей.

Важнейшими объектами психологических отношений предпринимателей являются феномены риска и конкуренции в предпринимательской деятельности. Отношения предпринимателей к данным явлениям экономической сферы, готовность к ним определяет во многом их деловую активность и успешность. При распределении оценок риска в настоящее время и оптимального для респондента уровня риска между группами не выявилось различий. В среднем риск в настоящее время оценивается как средний (4,66 по 10-балльной шкале), а оптимальным предприниматели в среднем считают уровень немного ниже существующего (4,22 по 10-балльной шкале). Различия между группами проявились в отношении предпринимателей к риску: высокоактивные чаще предпочитают ситуации со средним уровнем риска, а низкоактивные более склонны избегать рискованных ситуаций. Это подтверждает ранее полученные данные о том, что среди предпринимателей возрастает доля тех, кто предпочитает не рисковать.

При оценке собственной конкурентоспособности и напряженности конкуренции в выбранной сфере деятельности предприни-

матели с разной оценкой уровня своей деловой активности демонстрируют различное отношение к данным факторам. Высокоактивные предприниматели оценивают напряженность конкуренции более высоко, чем низкоактивные (5,38 и 4,21 балла по 7-балльной шкале соответственно, $p < 0,01$), но и степень своей конкурентоспособности они также оценивают выше (5,68 и 4,09 балла по 7-балльной шкале соответственно, $p < 0,01$). Возможно, отчасти это связано с тем, что высокоактивные предприниматели менее склонны избегать рискованных ситуаций и, следовательно, готовы работать в более конкурентных условиях.

Несмотря на то, что все предприниматели работают примерно в одинаковых условиях макро- и микроэкономики, их психологическое отношение к этим условиям различно. Высокоактивные предприниматели склонны более позитивно относиться к существующим экономическим условиям и к результатам своего взаимодействия с другими субъектами экономической деятельности. Те факторы, которые низкоактивные предприниматели воспринимают как препятствия, высокоактивные чаще трактуют как нейтральные или как способствующие успешности, т. е. они видят перед собой больше потенциальных возможностей, а имеющиеся ресурсы (например, деньги) они стремятся реализовать более полно. Кроме того, они менее склонны избегать рискованных ситуаций, хотя в среднем к риску не стремятся. В целом можно сказать, что психологические отношения предпринимателей к своей деятельности опосредуют влияние внешних социально-экономических факторов.

На уровень деловой активности влияет не только прогноз успешности предпринимательской деятельности в будущем, видение большего числа благоприятных перспектив, но и ретроспективная оценка результатов своей экономической деятельности и материального статуса своей семьи. Таким образом, психологические отношения предпринимателей к различным аспектам своей экономической деятельности регулируют уровень деловой активности. При этом существенным фактором выступает временная, динамическая составляющая психологических отношений. Чем благоприятнее оценивается прошлое и чем перспективнее кажется будущее, тем больше готовность и желание максимально реализоваться в предпринимательской деятельности, тем выше интенсивность самой деятельности.

Результаты исследований свидетельствуют о том, что для опрошенных характерны: высокая степень ориентации на собственные возможности, склонность к конкуренции и умеренному риску в экономической деятельности. Вместе с тем, по данным опроса

1997 г., были обнаружены существенные различия между столичными и региональными предпринимателями (см. таблицу 10). Московские предприниматели более позитивно относятся к конкуренции и риску в предпринимательской деятельности, они более высоко оценивают степень своей деловой активности в настоящее время, свою конкурентоспособность и собственные возможности в повышении успешности бизнеса (по данным показателям различия статистически значимы), более высоко оценивают значимость партнерских отношений в бизнесе а также надежность своих нынешних партнеров. Москвичи чаще, чем предприниматели из других городов Центральной России, испытывали серьезные неудачи. У них в большей степени выражена установка на продолжение предпринимательской деятельности в случае серьезной неудачи.

Таблица 10

Средние значения оценок предпринимателями различных характеристик своей деловой активности*

Характеристики деловой активности	1997		2001		2008	
	Моск-ва	Регионы	Моск-ва	Регионы	Моск-ва	Регионы
Отношение к конкуренции	3,37	3,22	3,56	3,43	3,58	3,30
Отношение к риску	2,58	2,26	2,71	2,32	2,68	2,62
Надежность партнеров	4,16	3,89	4,53	4,57	4,70	4,87
Доверие к государственным структурам	2,87	2,46	2,75	2,84	2,77	3,30
Доверие к предпринимательским структурам	3,36	3,47	3,85	3,93	4,27	4,34
Степень деловой активности	5,15	4,24	4,59	4,65	4,88	4,92
Успешность деятельности в настоящее время	4,66	4,23	4,76	4,06	4,78	4,61
Реализация своих целей в бизнесе	4,41*	3,69	4,50	4,41	4,68	5,01
Удовлетворенность результатами	3,82	3,41	4,17	4,08	4,52	4,13
Оценка собственных возможностей	4,66*	3,82	4,76	4,52	5,08	5,05
Оценка своей конкурентоспособности	4,64*	4,17	4,69	4,50	4,78	5,09

Примечание: * – отмечен уровень значимости различий между выборками, $p < 0,05$.

Эти данные позволяют сделать вывод о том, что социально-экономические условия предпринимательской деятельности в столице как центре российского бизнеса в целом характеризуются большей степенью сформированности рыночных отношений, характерных для российского бизнеса, и в большей степени выражают общероссийские тенденции их изменения (т. е. развитие социально-экономической инфраструктуры бизнеса происходит в Москве как бы с опережением). У московских предпринимателей в большей степени выражены социально-психологические характеристики, отличающие российских предпринимателей как представителей специфической социальной группы, они отличаются большей степенью сформированности психологических отношений, характерных для новых российских предпринимателей.

Однако данные опросов 2001 и 2008 гг. свидетельствуют о существенной динамике оценок своей деловой активности в выборке региональных предпринимателей, которые по многим оцениваемым характеристикам приближаются к оценкам московских респондентов.

Гендерные особенности социально-психологических характеристик российских предпринимателей

По данным опроса 2001 г., мужчины-предприниматели в целом более позитивно, чем женщины, относятся к риску и конкуренции с другими людьми в своей деятельности, более высоко оценивают свою конкурентоспособность и собственные возможности в повышении успешности бизнеса. Женщины-предприниматели в целом проявляют более низкую степень доверия как к государственным, так и к предпринимательским организациям и более низко оценивают надежность большинства своих партнеров (см. таблицу 11). При оценке отношения к риску и конкуренции и своей конкурентоспособности предприниматели-женщины из Москвы демонстрируют в целом более характерные отношения для предпринимателей-мужчин, т. е. проявляют маскулинные качества.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что различия в психологических отношениях между предпринимателями-мужчинами и предпринимателями-женщинами в различных регионах России имеют свои особенности, т. е. являются регионально специфичными. А это означает, что речь идет не о половых различиях (т. е. различиях, обусловленных принадлежностью респондента к биологическому полу), а о гендерных различиях, связанных с социокультурно обусловленными различиями между мужчинами

Таблица 11

Средние значения основных показателей исследования
в группах предпринимателей-мужчин
и предпринимателей-женщин

Характеристики деловой активности	Группы предпринимателей (2001)		Группы предпринимателей (2008)	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Отношение к конкуренции	3,70*	3,05	3,57	3,60
Конкурентоспособность	4,61*	4,01	4,93	4,50
Отношение к риску	2,55*	2,30	2,80	2,45
Надежность партнеров	4,13*	3,87	4,70	4,70
Доверие к государственным структурам	2,84	2,51	2,87	2,55
Доверие к предпринимательским структурам	3,48	3,15	4,27	4,25
Собственные возможности в повышении успешности бизнеса	4,69*	3,76	5,05	5,15

Примечание: * – отмечен уровень значимости различий между выборками, $p < 0,05$.

и женщинами. Однако, по данным опроса 2008 г., статистически значимых различий в оценках предпринимателей мужчин и предпринимателей женщин не обнаружено.

Региональные и гендерные особенности ценностно-мотивационной сферы российских предпринимателей

Существенными социально-психологическими характеристиками, определяющими образ современных российских предпринимателей, являются особенности их ценностно-мотивационной сферы, содержательные и структурные особенности жизненных целей и мотивов их деятельности. С целью изучения региональных и гендерных особенностей ценностно-мотивационной сферы российских предпринимателей нами был проведен сравнительный анализ структуры ценностей-целей и ценностей-средств в группе московских и региональных предпринимателей, мужчин и женщин. В основу исследования региональных и гендерных различий была положена гипотеза о том, что существовавшие между психологическими отношениями предпринимателей из Москвы и регионов различия будут становиться все менее выраженными; психологические отношения представи-

телей разных гендерных групп – мужчин и женщин – также будут сходными по своим характеристикам.

В ходе изучения ценностей-целей было выявлено, что различий в характере ценностей между московскими и региональными предпринимателями не имеется: в обеих группах респонденты (в среднем по группе) на первое место по значимости поставили здоровье, на 2-е место – семью, на 3-е место – материальную обеспеченность, на 4-е место – свободу (см. данные таблицы 12). Наиболее существенные региональные различия проявились в оценке респондентами ценностей второй степени значимости. Так, по мнению москов-

Таблица 12

Сравнительная характеристика значимости ценностей-целей

Ценности-цели	Москва		Регион		Мужчины		Женщины	
	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место
Здоровье	3,0	1	3,6	1	3,7	1	2,8	1
Семья	5,0	2	4,3	2	4,8	2	4,0	2
Материальная обеспеченность	6,1	3	7,1	3	6,6	3	7,1	3
Свобода	7,2	4	8,0	4	7,5	4	8,0	4
Уверенность в себе	8,5	5	8,3	6	8,3	5	8,4	6
Работа	9,0	7	8,1	5	8,7	6	8,1	5
Любовь	8,7	6	9,4	9	9,3	7	8,9	7,5
Богатство	10,4	11	9,0	7	9,5	8,5	9,6	9
Друзья	9,7	9	9,1	8	9,5	8,5	8,9	7,5
Активная жизнь	9,5	8	9,8	10	9,7	10	9,8	10
Мудрость	10,3	10	10,8	12	10,4	11	11,1	12
Собственность	11,4	14	10,6	11	10,6	12	11,4	14
Познание	11,2	13	11,4	14	11,4	13,5	11,2	13
Творчество	10,8	12	11,3	13	11,4	13,5	10,6	11
Развлечения	12,0	16	11,6	15	11,5	15	12,3	16
Счастье других	12,3	17	11,9	16	12,1	16,5	12,0	15
Бессмертие	12,8	18	12,0	17	12,1	16,5	12,7	17
Красота	11,8	15	16,1	18	12,3	18	18,6	18

ских предпринимателей, ценность любви более значима (6-е место), чем по мнению региональных (9-е место); в то время как для региональных более значимо богатство (7-е место), чем для московских (11-е место), также более высоко региональные предприниматели оценивают значимость собственности в качестве жизненной цели (11-е место), в то время как московские ставят ее на 14-е место.

Также единодушными оказались представители обеих групп в оценке значимости ценностей-средств, необходимых для достижения поставленных целей. И москвичи, и регионалы на первое место поставили независимость, на 2-е место – честность, на 3-е место ответственность, на 4-е место – предприимчивость, что в достаточной мере соответствует современным представлениям о личностных факторах успешности предпринимательской деятельности (таблица 13). Расхождения в оценке ценностей-средств проявились в отношении к богатству – регионалы поставили его на 6-е место, москвичи на 9–10-е место, в тоже время москвичи сочли более важным по сравнению с регионалами значимость эффективности в делах (5-е место и 8-е место соответственно).

Характеризуя отношение к ценностям в гендерных группах, отметим, что и мужчины, и женщины оказались весьма единодушны в оценках значимости различных ценностей в их жизни. Так, среди ценностей-целей все предприниматели (и мужчины, и женщины) поставили на 1-е место ценность здоровья, на 2-е место – семью, на 3-е место – материальную обеспеченность, на 4-е место – свободу (таблица 12).

Предприниматели-женщины более единодушно оценили значимость здоровья и семьи, чем респонденты-мужчины. Наибольшие же отличия в оценке ценностей-целей проявились в отношении предпринимателей к творчеству: женщины оценили эту ценность как более важную, чем мужчины (11-е место и 13–14-е место соответственно).

В ходе сравнительного анализа ценностей-средств также не выявлено сколько-нибудь значимых гендерных различий. Ценности-средства одинаково оценены представителями обеих гендерных групп: на первое место в качестве средства достижения целей и мужчины, и женщины поставили независимость, на 2-е место – честность, на 3-е место – ответственность, на 4-е место – предприимчивость (таблица 13). Наиболее существенно отличается в группе мужчин и женщин отношение к собственности и терпимости. Так, мужчины ставят собственность в качестве средства достижения жизненных целей на 13-е место (женщины – на 18-е место), в то время как женщины большую значимость придают терпимости, отводя ей 11–12-е место в структуре ценностей, а мужчины – лишь 16-е место.

Таблица 13
Сравнительная характеристика значимости ценностей-средств

Ценности-средства	Москва		Регион		Мужчины		Женщины	
	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место
Независимость	5,9	1	5,5	1	5,8	1	5,2	1
Честность	6,0	2	7,2	2	6,8	2	6,9	2
Ответственность	7,0	3	7,4	3	7,4	3	7,0	3
Предприимчивость	7,9	4	8,2	4	8,0	4	8,3	5
Эффективность в делах	8,2	5	9,4	8	8,7	5	9,5	7,5
Жизнерадостность	8,3	6	9,3	7	9,2	8	8,6	6
Образованность	8,8	7	8,3	5	8,9	6	7,8	4
Твердая воля	9,7	8	9,7	9	9,7	9	9,6	9
Богатство	10,1	9,5	8,7	6	9,0	7	9,5	7,5
Самоконтроль	10,1	9,5	10,4	11	10,4	10,5	10,1	10
Воспитанность	10,7	11	10,2	10	10,4	10,5	10,4	11,5
Смелость в отстаивании взглядов	10,9	12	10,7	12,5	10,9	12	10,5	13
Широта взглядов	11,4	13	10,7	12,5	11,1	14,5	10,8	14
Терпимость	11,7	14	11,0	15	11,7	16	10,4	11,5
Собственность	11,8	15	11,1	16	11,0	13	11,9	18
Чуткость	12,3	16	11,8	18	12,5	19	11,0	15
Исполнительность	12,4	17	10,8	14	11,1	14,5	11,8	17
Непримиримость к недостаткам в себе и других	12,5	18	12,7	19	12,4	18	13,0	19
Рационализм	12,7	19	11,7	17	12,3	17	11,5	16

Характеризуя мотивацию предпринимателей к занятию бизнесом, обратимся к анализу оценок причин выбора знакомыми предпринимателями этого вида экономической деятельности, а также причин, делающих работу, привлекательной для наемных работников. Сравнивая оценки московских и региональных предпринимателей, отметим, что в качестве факторов, привлекающих знакомых респон-

дентов к предпринимательству, наиболее значимыми обозначаются «независимость и самостоятельность в работе», «материальная обеспеченность», «возможность реализовать свои способности», далее с некоторым отрывом идут «авторитет у окружающих», «возможность общаться с интересными людьми», «полезность работы для других людей. Значимость этих факторов оценена и москвичами, и регионалами практически одинаково (таблица 14).

Таблица 14

Сравнительная характеристика значимости мотивов, приписываемых знакомым предпринимателям

Мотивы	Москва		Регион		Мужчины		Женщины	
	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место	Средний ранг	Место
Независимость	2,0	1,5	2,0	1	2,1	2	1,8	1
Материальная обеспеченность	2,0	1,5	2,1	2	1,9	1	2,4	2
Возможность реализовать себя	2,8	3	2,7	3	2,8	3	2,6	3
Авторитет у окружающих	4,3	4	4,3	4	4,3	4	4,3	4
Возможность общаться с интересными людьми	4,8	5	4,7	5	4,6	5	4,8	5
Полезность работы для других	5,1	6	5,0	6	5,1	6	5,0	6

Представления о привлекательных сторонах деятельности в группах мужчин и женщин в значительной мере совпадают, указывая на отсутствие в настоящее время существенных гендерных различий в оценках респондентов предпочтительных мотивов к экономической деятельности. Мужчины несколько выше, чем женщины, оценивают значимость мотива «материальная обеспеченность», а женщины более высоко оценивают значимость мотива «независимость».

Сравнительный анализ результатов ранжирования жизненных ценностей в группах предпринимателей с различными оценками уровня деловой активности показал, что для всех групп предпринимателей характерна общая структура терминальных ценностей и статистически значимых различий не было выявлено. Основными ценностями предпринимателей стали «здоровье», «семья», «материальная

обеспеченность», «уверенность в себе», «работа» и «свобода». В структуре инструментальных ценностей выявились некоторые различия. Если у высокоактивных предпринимателей первое место занимает независимость, а второе – честность, то у низкоактивных – наоборот ($p < 0,01$). Далее, согласно ответам респондентов обеих групп, идет «ответственность». На 4-м и 5-м местах у высокоактивных предпринимателей расположены «предприимчивость» и «богатство», а у низкоактивных они занимают заметно более низкое положение – 7-е ($p < 0,05$) и 8-е место ($p < 0,01$). Также для высокоактивных предпринимателей более, чем для низкоактивных, значима ценность «собственность» (10 и 17 ранги соответственно, $p < 0,01$). Таким образом, мы можем говорить о том, что для предпринимателей с высокой оценкой своей деловой активности большее значение имеют независимость и экономические ценности. Это подтверждается ответами респондентов на ряд вопросов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования решена его основная задача: эмпирически выделена и проанализирована совокупность социально-психологических показателей, которые можно квалифицировать как факторы (детерминанты) деловой активности предпринимателей. 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.

С помощью статистической обработки и анализа данных выделена оригинальная совокупность социально-психологических факторов деловой активности предпринимателей. Ведущее место среди этих факторов занимают положительное отношение к конкуренции и оценка собственной конкурентоспособности. Выделенная совокупность основана на временном континууме. Учет субъективных оценок прошлой, настоящей и будущей предпринимательской деятельности позволит более надежно оценивать и прогнозировать деловую активность предпринимателей.

Уровень деловой активности предпринимателей и ее динамика (повышение или понижение) во времени в значительной степени определяются социально-психологическими и личностными факторами, к числу которых относятся: оценка благоприятности внешних экономических условий для развития предпринимательства; оценка жизненного уровня своей семьи (включая оценку прежнего уровня и прогноз его изменения); оценка собственных возможностей в развитии бизнеса; отношение предпринимателей к риску и конкуренции; оценка успешности своей предпринимательской деятельности и удовлетворенность ее результатами; оценка субъективной значимости жизненных ценностей и мотивов выбора предприниматель-

ской деятельности; оценка предпринимателями уровня их доверия к государственным и предпринимательским организациям и степени надежности партнеров по бизнесу; оценка субъективной значимости денег.

Содержательный анализ факторных решений позволяет выделить социально-психологические характеристики деловой активности предпринимателей. Оценка удовлетворенности результатами предпринимательской деятельности характеризует ее состояние в прошлом, оценки степени своей деловой активности и успешности деятельности в настоящее время – в настоящем, и оценка собственных возможностей в развитии бизнеса – в будущем. 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.

По результатам корреляционного анализа определены социально-психологические характеристики, которые можно интерпретировать как факторы успешности предпринимательской деятельности: оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса, позитивное отношение к конкуренции, высокая оценка своей конкурентоспособности и высокая оценка степени надежности партнеров. Выделены наиболее значимые социально-психологические признаки успешно работающих предпринимателей: высокий уровень удовлетворенности потребностей семьи предпринимателя доходами от предпринимательской деятельности, позитивные изменения в уровне жизни семьи за последнее время, высокий жизненный уровень семьи в настоящее время, оценка изменений в экономических условиях предпринимательской деятельности как благоприятных, ведущая мотивация предпринимателя – желание реализовать свои способности. Описанные признаки составляют социально-психологический портрет успешного предпринимателя.

В данном исследовании деловая активность и успешность деятельности предпринимателей сформулированы как относительно самостоятельные социально-психологические феномены. Оценки предпринимателями своей деловой активности, скорее всего, определяются процессуальными характеристиками их деятельности, а успешность – результативными. Процессуальные и результативные характеристики предпринимательской деятельности могут не совпадать как незначительно, так и радикально.

Оценка собственных возможностей, так же как и тесно связанная с ней оценка своей конкурентоспособности, проявили себя как центральные социально-психологические характеристики предпринимательской деятельности, коррелируя и с оценками процессуального аспекта этой деятельности (степени деловой активности предпринимателей и динамики ее изменения), и с оценками ее результатов (успешности и удовлетворенности). При этом оценка конкурентоспособности является более обобщенной, интегральной социально-психологической характеристикой деловой активности предпринимателя, чем оценка собственных возможностей. Оценка конкурентоспособности определяется не только самооценкой предпринимателя – субъекта деловой активности, но и оценкой его взаимоотношений с партнерами и конкурентами.

В результате исследования выявлены региональные и гендерные особенности основных социально-психологических характеристик деловой активности российских предпринимателей. Эмпирически выявленные различия в оценках московских и региональных предпринимателей и анализ их динамики показывают, что социально-экономические условия в значительной степени определяют их психологические отношения к предпринимательской деятельности.

Предприниматели из городов Центральной России оценивают экономические условия для развития предпринимательской деятельности как еще менее благоприятные, чем москвичи. Они чаще испытывают на себе противодействия в работе со стороны государственных и местных органов власти, местного населения. У них сильнее выражена зависимость от государственных и местных органов власти. Московские предприниматели более высоко оценивают значимость партнерских отношений в бизнесе, более позитивно относятся к конкуренции в предпринимательской деятельности, они более высоко оценивают свою конкурентоспособность и собственные возможности в повышении успешности бизнеса, а также надежность своих нынешних партнеров.

Мужчины-предприниматели более позитивно, чем женщины, относятся к конкуренции с другими людьми, более высоко оценивают свою конкурентоспособность и собственные возможности в повышении успешности бизнеса, проявляют большую склонность к соперничеству в конфликтных ситуациях, более позитивно оценивают изменения материального уровня жизни своих семей. Женщины-предприниматели в целом проявляют более низкую степень доверия как к государственным, так и к предпринимательским организациям и более низко оценивают надежность большинства своих

партнеров. Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что различия в психологических отношениях между предпринимателями-мужчинами и предпринимателями-женщинами в различных регионах России имеют свои особенности, т. е. являются регионально специфичными. А это означает, что речь идет не о половых различиях (т. е. различиях, обусловленных принадлежностью респондента к биологическому полу), а о гендерных различиях, связанных с социокультурно обусловленными различиями между мужчинами и женщинами.

В качестве общей тенденции можно отметить постепенное уменьшение психологических различий между региональными и московскими предпринимателями, с одной стороны, и между предпринимателями-мужчинами и предпринимателями-женщинами – с другой. При этом социально-психологические характеристики региональных предпринимателей в результате их изменения приближаются к характеристикам московских предпринимателей, а социально-психологические характеристики предпринимателей-женщин – к характеристикам предпринимателей-мужчин. Эти данные можно интерпретировать как свидетельство завершения процесса формирования российских предпринимателей как относительно однородной по своим социально-психологическим характеристикам социальной группы. В целом по выборке отмечается стабильный и достаточно высокий уровень оценок деловой активности, что является еще одним признаком, характеризующим предпринимателей как особую социальную группу со стабильно высоким уровнем деловой активности в изменяющихся социально-экономических условиях.

Сами психологические отношения к предпринимательской деятельности, проявились в результате исследования как динамические образования. Они не только соотносятся с временным континуумом – прошлое, настоящее и будущее, – но как феномены экономического сознания 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 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 регуляр-

ных повторных срезов. Такая организация исследования позволила зафиксировать как устойчивые типологические характеристики психологических отношений предпринимателей, так и тенденции их изменения в меняющихся социально-экономических условиях.

В отечественных исследованиях предпринимателей преобладает изучение феномена предпринимательства как новой социальной группы российского общества. В нашем исследовании мы выделили факторы, позволяющие описать социально-психологические механизмы изменения деловой активности предпринимателей. Изучение деловой активности предпринимателей производилось и ранее, однако в зарубежных работах по этой теме доминирует оценка деловой активности по экономическим, а не социально-психологическим показателям, и, кроме того, в качестве субъектов предпринимательской деятельности рассматриваются не сами предприниматели, а возглавляемые ими организации, фирмы и предприятия. Новизна нашего исследования определяется тем, что в нем предложена новая (социально-психологическая) группа показателей, выполняющих опережающую функцию в оценке изменений деловой активности предпринимателей. Таким образом, по социально-психологическим показателям раньше, чем по экономическим, можно зафиксировать повышение или снижение деловой активности предпринимателей. Полученные результаты могут служить основой для проведения регулярной сравнительной оценки (мониторинга) деловой активности предпринимателей как по России в целом, так и в ее отдельных регионах. Выявленные в исследовании социально-психологические показатели и методы их оценки также могут быть использованы для анализа и прогноза деловой активности предпринимателей. Такой прогноз может быть основан на оценках различных сторон жизнедеятельности предпринимателей, сделанных во временном континууме (оценках прошлого, настоящего и будущего).

Прикладное значение исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы центральными и региональными органами власти в работе по поддержке и развитию малого и среднего бизнеса в России. Выявленные в исследовании социально-психологические показатели и методы их оценки могут быть использованы для анализа и прогноза экономической активности представителей различных социальных групп современного российского общества.

Раздел 6

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

ВВЕДЕНИЕ

Взаимоотношения в предпринимательской среде являются существенными социально-психологическими характеристиками предпринимательской деятельности, а также важными факторами ее успешности. Анализу этих отношений был посвящен ряд эмпирических исследований, выполненных под нашим руководством. Нами были подробно рассмотрены такие важные для психологии предпринимательства проблемы, как доверие предпринимателей к различным организациям, представления предпринимателей о партнерских и конкурентных отношениях, отношения предпринимателей с наемными работниками и клиентами. Общим для всех исследований был предмет изучения, в качестве которого выступали социально-психологические (межличностные и межгрупповые) отношения субъектов предпринимательской деятельности. В развиваемой нами концепции психологических отношений субъектов экономической деятельности социально-психологические отношения (межличностные, внутригрупповые и межгрупповые) наряду с психологическими отношениями личности рассматриваются следующим образом. С одной стороны, социально-психологические отношения изучаются с точки зрения их обусловленности объективными социально-экономическими условиями жизнедеятельности экономических субъектов, а с другой — в качестве субъективных социально-психологических факторов, оказывающих существенное влияние на деловую активность и экономическое поведение субъектов.

В данном разделе монографии основные положения авторской концепции реализуются применительно к анализу взаимоотношений к предпринимательской среде. В рамках каждого из представленных в разделе эмпирических исследований изучались конкретные виды взаимоотношений, поэтому анализу результатов, полученных в ходе этих исследований, посвящены главы настоящего раздела.

Глава 16

ДОВЕРИЕ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К РАЗЛИЧНЫМ ВИДАМ ОРГАНИЗАЦИЙ

Введение

Феномен доверия привлекает в последние годы все большее внимание специалистов в области философии, социологии, политологии, экономики (Белянин, Зинченко, 2010; Веселов, 2011; Данкин, 2000; Корнаи, 2003; Фукуяма, 2006; Штомпка, 2012; Шрадер, 2004; Экономика и социология доверия, 2004; и др.). Как социально-психологический феномен, доверие играет исключительно важную роль в повседневных бытовых и интимно-личностных отношениях между людьми, и в деловых отношениях, в сфере труда, бизнеса, потребления, поэтому феномен доверия все чаще становится объектом теоретических и эмпирических исследований специалистов в области социальной психологии (Антоненко, 2006; Доверие и недоверие..., 2013; Журавлева, 2004; Зинченко, 1998; Купрейченко, 2008; Купрейченко, Табхарова, 2007; Сафонов, 1978; Селигмен, 2002; Скрипкина, 2000; и др.), и ее прикладных отраслей: социальной психологии труда, организационной и экономической психологии (Акимова, Обознов, 2016; Изюмова, 2009; Купрейченко, 2012; Лебедев, Гордякова, 2013; Позняков, 2007; Табхарова, 2008; Шихирев, 2003; Шляхова, 2013; Шо, 2000; и др.).

Применительно к сфере бизнеса доверие определяется Л. Хосмером как «оптимистическое ожидание человека, группы или фирмы в условиях уязвимости и зависимости от другого человека, группы или фирмы в ситуации совместной деятельности или обмена с целью облегчения взаимодействия, ведущего к обоюдной выгоде» (цит. по: Журавлев, Купрейченко, 2003, с. 216). В этом определении доверия значимо, что в качестве субъектов и объектов отношений доверия могут выступать не только индивиды, но и социальные группы и организации. При этом доверие, будучи тесно связанным с такими неотъемлемыми атрибутами бизнеса, как неопределенность и риск,

рассматривается как психологический фактор повышения экономического успеха (прибыли, выгоды и т. п.). Влияние этого фактора связано со снижением неопределенности и риска неудачи благодаря действиям партнера, направленным на соблюдение взятых на себя обязательств по защите прав и интересов обоих участников делового взаимодействия.

В связи с вышеизложенным мы считаем перспективным изучение феномена доверия с позиций теории социального обмена Д. Хоманса (1994) и представлений о социальном капитале, интенсивно разрабатываемых в последние годы в ряде общественных наук, в том числе в социальной психологии (Шихирев, 2003; Нестик, 2009; Тарко, 2011; и др.). В рамках теории социального обмена учеными было сформулировано правило «распределенной справедливости», в соответствии с которым участники социального взаимодействия постоянно оценивают соотношение связанных с этим взаимодействием затрат и вознаграждений. Особенностью доверительных отношений как разновидности социального обмена является то, что они возникают в ситуации неопределенности и риска, когда оценка справедливости последствий обмена отсрочена во времени. В условиях неопределенности, ожидая соблюдения партнером взятых на себя обязательств, участники обмена жертвуют своими интересами и действуют в интересах партнера, не рассчитывая на получение немедленного и равноценного вознаграждения.

Формирование и поддержание доверительных отношений в бизнесе, беспокойство не только о сиюминутной выгоде, но и о перспективной полезности стабильных и надежных партнерских отношений, могут рассматриваться как проявления деловой активности, связанной с приращением социального капитала, выгода от использования которого может быть отсроченной во времени, но очень существенной. Рассматривая социальный капитал как качество социальных связей, некоторые исследователи, например Дж. Коулман (2001), включают в число этих связей доверие и надежность: «Группа, внутри которой существует полная надежность и абсолютное доверие, способна совершить много больше по сравнению с группой, не обладающей данными качествами» (Шихирев, 2003, с. 18). Анализируя природу социального капитала, П. Н. Шихирев отмечает, что отношения между людьми, подобно другим формам капитала, «приобретают в буквальном смысле цену, называемую ценностью, они могут возрастать в цене или обесцениваться в зависимости от массы факторов, по преимуществу коренящихся в более широкой системе социальных связей и структур» (там же).

Имеющиеся в психологической литературе описания феномена доверия, а также эмпирические исследования позволяют выделить две принципиально различные составляющие этого явления. С одной стороны, доверие предполагает специфические переживания и определенное поведение по отношению к другому человеку, группе лиц или организации, основанные на оценке объекта доверия как надежного, правдивого, ответственного и т. д., с другой стороны, доверие предполагает переживание психологической близости, приязни, общности (единства) с другим человеком, группой или организацией.

В понимании доверия как качества психологических отношений мы исходим из представления о двух основных сферах совместной жизнедеятельности людей. Понятие доверия может относиться как к сфере делового взаимодействия и деловых отношений, основой которых выступает трудовая деятельность субъектов, так и к эмоциональной сфере жизнедеятельности, в основе которой лежит общение. Качественное содержание феномена доверия в этих двух сферах существенно различается. Применительно к общению и эмоциональным отношениям доверие связано, прежде всего, с переживанием чувства приязни, близости, готовности поделиться сокровенными переживаниями, мыслями и чувствами, тогда как в деловой сфере доверие — это в первую очередь переживание надежности и ответственности партнера. Объектами доверительного отношения одного и того же человека в деловой и эмоциональной сферах могут выступать совершенно разные люди, поскольку доверие в межличностных отношениях с близкими людьми (друзьями, родственниками) существенно отличается от доверия в деловых отношениях с сотрудниками и партнерами. Доверие или недоверие к тем или иным организациям или их представителям также относится к сфере деловых отношений.

В качестве объектов доверительного отношения предпринимателей в деловой сфере могут выступать представители различных социальных групп и организаций: компаньоны, сотрудники, клиенты, потребители и т. д. В нашем исследовании предпринята попытка сравнительного анализа доверия предпринимателей к двум видам организаций: государственным и предпринимательским. Основанием для рассмотрения именно этих видов организаций в качестве объектов доверительного отношения послужили коллективные представления самих предпринимателей, описанные в исследовании А. Л. Журавлева и В. А. Сумароковой (1998, с. 259–260).

Исследование доверия предпринимателей к государственным и предпринимательским организациям обусловлено, с одной сторо-

ны, большой значимостью для развития бизнеса как взаимодействий предпринимателей с представителями государственных структур, так и их отношений в предпринимательской среде, а с другой — существенными различиями отношений и взаимодействий в этих двух сферах (так, представители предпринимательской среды предположительно будут восприниматься и оцениваться предпринимателями как «свои», а представители государственных структур и организаций, соответственно, как «чужие»).

Новое российское предпринимательство проходит период интенсивного становления и развития. Исходя из предположения, что условия ведения бизнеса в России в значительной степени определяются региональными особенностями, а психологические отношения в среде российских предпринимателей — гендерной принадлежностью субъектов этих отношений, целью исследования стало изучение региональных и гендерных особенностей доверия российских предпринимателей к государственным и предпринимательским организациям и их динамики на рубеже XX–XXI вв.

Основные задачи исследования:

- Изучить особенности доверия российских предпринимателей к государственным и к предпринимательским структурам и предприятиям.
- Выявить региональные и гендерные различия в проявлении доверия российских предпринимателей.
- Проанализировать динамику изменения доверия российских предпринимателей к организациям разного вида.

Гипотезы исследования:

- Оценки доверия российских предпринимателей к организациям различного вида (государственным и предпринимательским) значимо различаются.
- Существуют региональные и гендерные особенности в степени доверия предпринимателей к организациям различного вида.
- Основная тенденция в динамике доверия российских предпринимателей заключается в постепенном снижении различий, обусловленных региональными и гендерными факторами.

Сбор эмпирических материалов осуществлялся с помощью стандартизированного интервью по специально разработанной программе (см.: Позняков, 2010; приложение 3 этого издания). При анализе данных использовались следующие показатели:

- оценка предпринимателями их доверия к государственным структурам и предприятиям;
- оценка характера отношений к предпринимателям со стороны государственных органов власти;
- оценка предпринимателями их доверия к предпринимательским структурам и предприятиям;
- оценка предпринимателями надежности большинства партнеров по бизнесу.

При проведении корреляционного и факторного анализа учитывались также другие показатели.

Статистическая обработка данных включала анализ с применением критерия углового преобразования Фишера и t-критерия Стьюдента для парных выборок. В исследовании, проведенном в 1997 г., было опрошено 206 российских предпринимателей, занятых в сфере малого и среднего бизнеса на территории Москвы и Центральной России (100 респондентов – жителей Москвы и 106 представителей других регионов Центральной России). В исследовании 2001 г. участвовало 285 российских предпринимателей, занятых в сфере малого и среднего бизнеса на территории трех регионов: Москвы, Центральной России и Сибири. Среди участников опроса было 197 мужчин и 88 женщин, в том числе: 125 предпринимателей из Москвы, 89 предпринимателей из городов Центральной России и 71 представитель частного бизнеса из Сибири. В 2007–2008 гг. был проведен очередной исследовательский «срез» в Москве и регионах России. Общая численность выборки составила 835 респондентов различных возрастных групп. Для оценки динамики исследуемых показателей проводился сравнительный анализ данных, полученных в ранее проведенных опросах начиная с 1992 г. (см.: Журавлев, Позняков, 1995, 2012; Позняков, 2001; и др.).

Результаты исследования

Доверие предпринимателей к государственным организациям

Взаимное доверие имеет большое значение для конструктивного сотрудничества предпринимателей и представителей государственных органов власти. Оценка доверия предпринимателей к государственным организациям проводилась по 7-балльной шкале, полюсам которой соответствовали оценки «очень низкая» (степень доверия) – 1 балл – и «очень высокая» – 7 баллов.

Средние значения оценок доверия оказались достаточно низкими (менее 3 баллов во всех опросах, кроме 1994 г., когда они составили

Таблица 1

Распределение оценок степени доверия предпринимателей к государственным организациям и предприятиям (в процентах к числу опрошенных)

Год проведения исследования	Баллы							М, баллы
	1	2	3	4	5	6	7	
1992	26,0	26,0	18,0	22,0	2,0	4,0	2,0	2,18
1994	16,7	13,6	33,3	24,2	10,6	1,5	0	3,03
1996	25,7	17,1	27,1	18,6	10,0	1,4	0	2,74
1997	23	21	20	24	8	2	2	2,87
2001	21,6	25,6	23,2	17,6	7,2	4,0	0	2,75
2003	23,5	20,59	23,5	16,7	8,8	3,9	2,9	2,9
2005	13	17	28	19	15	8	0	3,3
2008	20	23,4	26,7	23,3	3,3	3,3	0	2,77
2010	16,3	16,3	28,8	24,0	8,7	3,8	1,0	3,06

3 балла) и мало изменились со временем (таблица 1). Однако анализ распределений оценок показывает, что от одного временного среза к другому снижается доля средних оценок (4 балла) и стабильно малой остается доля высоких (оценки в 6 и 7 баллов составляют менее 5% от числа опрошенных). Наиболее высокочастотными оценками доверия предпринимателей к государственным организациям являются 1–3 балла, при этом доля крайне низких оценок (1–2 балла) в четырех опросах из шести превышает 50%.

Результаты проведенных исследований показали, что в развитии своего бизнеса предприниматели отмечают серьезные трудности, связанные с противодействием и препятствиями со стороны центральных и местных органов власти. Соответственно, уровень доверия к представителям этих структур невысок и за последние годы имеет устойчивую тенденцию к снижению. Обнаружена тесная взаимосвязь (на 1-процентном уровне значимости) между оценками предпринимателей отношения к ним со стороны государственных органов власти и степенью их доверия к государственным организациям.

В качестве новой тенденции, наметившейся в начале 2000-х годов отмечается постепенное повышение степени доверия предпринимателей к государственным организациям: средние значения оценок выросли с 2,75 в 2001 г до 3,3 баллов в 2005 г. Затем, по данным опроса 2008 г., средние значения оценок вновь снизились до 2,77 бал-

ла и в 2010 г. вновь выросли до 3,06, что может интерпретироваться как отражение в групповом сознании предпринимателей неоднозначных изменений в характере взаимодействия предпринимательских и государственных организаций.

По результатам факторного анализа было отмечено, что взаимоотношения с государственными органами власти стабильно выделяются в отдельный фактор, что косвенно свидетельствует об относительной независимости этого направления взаимоотношений предпринимателей от их взаимоотношений с представителями других социальных групп. Основными показателями, вошедшими в данный фактор на разных этапах исследования, стали:

- оценка предпринимателями отношения к ним со стороны государственных органов власти,
- оценка влияния центральных и местных органов власти на развитие предпринимательства,
- степень доверия предпринимателей к государственным структурам,
- оценка благоприятности экономических условий предпринимательской деятельности.

Полученные данные позволяют определить взаимоотношения с государственными структурами как вынужденный для предпринимателей, навязанный компонент внешних условий предпринимательской деятельности, оценка которого носит стабильно негативный характер.

Динамика взаимоотношений предпринимателей с представителями государственных органов власти

Сравнительный анализ распределений ответов, характеризующих оценку предпринимателями отношения к ним государственных органов власти, полученных в пяти последовательных опросах (таблица 2), позволяет говорить о динамике этого показателя. С 1992 г. по 1997 г. наблюдается устойчивое снижение доли предпринимателей, отмечающих со стороны государственных органов как поддержку, так и противодействие. Можно сказать, что взаимоотношения органов власти и предпринимателей начинают восприниматься последними все более определенно: снижается доля предпринимателей, которые отмечают поддержку со стороны государственных органов власти, и возрастает доля опрошенных, ощущающих противодействие и препятствия в работе. Наиболее отчетливо эта тенденция про-

Таблица 2

Распределение оценок предпринимателями отношения к ним со стороны государственных органов власти (в процентах к числу опрошенных)

Варианты оценок	Год проведения исследования						
	1992	1994	1996	2001*	2003*	2005	2008
Реальная поддержка	5,0	1,5	7,2	1,6	1	4	3,9
Чаше оказывается поддержка	10,0	6,0	11,4	13,6	2,9	10	3,9
Как поддержка, так и противодействие	31,2	22,7	18,6	27,2	20,6	40	22,4
Чаше оказывается противодействие	28,2	16,7	21,4	30,4	32,4	26	30,3
Постоянное противодействие	1,7	18,2	7,1	26,4	38,2	20	39,5
Ни помощи, ни противодействия	24,8	34,9	34,3	–	–	–	

Примечание: В 2001 г. оценки отсутствовали у 0,8% и в 2003 г. – у 4,9% опрошенных.

явилась в ходе опроса 1997 г., когда на противодействие указало 80% опрошенных. На всем протяжении 2000-х годов доля опрошенных, отмечающих противодействие со стороны государственных органов остается высокой (от 46 до 70%). Однако, по результатам опроса 2001 г., вновь увеличивается доля респондентов, отмечающих со стороны государственных органов власти не только противодействие, но и поддержку. По данным опросов 2001–2008 гг. доля респондентов, отмечающих поддержку со стороны государственных органов власти, не превышает 15%. При этом существенно увеличивается доля тех, кто отмечает постоянное противодействие со стороны государственных органов власти. Полученные оценки характеризуют отражение в групповом сознании российских предпринимателей реальных, а не декларируемых изменений политики государства по отношению к малому и среднему бизнесу.

Значительный интерес представляет обнаруженная в ходе исследования корреляция оценки степени реального риска в предпринимательской деятельности с оценкой предпринимателями отношения к ним со стороны государственных органов власти. Чем большее противодействие испытывают предприниматели со стороны государственных структур, тем выше они оценивают степень риска в своем бизнесе. Следовательно, именно государственные органы власти

выступают одним из главных условий наличия или отсутствия риска в предпринимательской деятельности.

Изучение представлений предпринимателей о трудностях, возникающих в предпринимательской деятельности, показало, что наиболее значимыми предприниматели считают проблемы, решение которых напрямую зависит от государственных органов (постановлений правительства, нормативно-правовых государственных актов, и т. п.). Таким образом, базовые условия функционирования предпринимательства определяются следующими сферами: нормативно-юридическим обеспечением и правовой защитой, системой налогообложения, механизмом финансирования и кредитования, функционированием системы государственной поддержки предпринимательства. Можно констатировать, что существенной причиной неудовлетворенности предпринимателей характером их взаимоотношений с государственными органами власти является нерешенность целого ряда важных проблем сферы бизнеса, которые предприниматели связывают с деятельностью государственных структур.

По мнению предпринимателей, для деятельности государственных органов характерны не только непродуманность и сложность существующих законов и положений, но и отсутствие реальных мер по устранению помех в деятельности предпринимателей, намеренное формирование подобных препятствий. Например, при регистрации предприятия или аренде помещений предпринимателю предъявляются требования по оказанию определенных услуг госструктуре, денежным выплатам на актуальные для региональной власти цели и т. п.

Данные интервью демонстрируют, что у предпринимателей сформировался устойчивый негативный образ чиновника-представителя региональной власти. Отличительными чертами этого образа являются равнодушие к нуждам и интересам предпринимателей, корыстолюбие, зависть, предвзятое отношение к предпринимателям как к преступникам, мошенникам, что усугубляет взаимную подозрительность и недоверие предпринимателей и государственных чиновников.

Доверие в предпринимательской среде и надежность партнерских отношений

Сравнительный анализ оценок степени доверия предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям (таблица 3) показывает отсутствие сколько-нибудь выраженной динамики на начальных этапах становления нового российского предпринимательст-

ва. После резкого снижения этих оценок в 1994 г. их средние значения не превышают средних значений шкалы. Наиболее высокочастотными являются оценки в 3–4 балла. Во всех опросах, начиная с 1994 г. и вплоть до 2003 г., доля предпринимателей, выражающих низкую степень доверия, преобладает над долей тех, кто оценивает свое доверие как высокое, и колеблется в диапазоне от 35% (2001) до 50% (1994), что свидетельствует преобладании недоверия коллегам со стороны большинства предпринимателей в этот период. Однако, по данным опроса 2005 г., эти доли респондентов выравниваются, а в 2008 г. и 2010 г. большее число опрошенных (46,7% и 42,3%, соответственно) оценивают свое доверие выше среднего уровня. По данным опросов 2001–2005 гг., наиболее высокочастотными оценками степени доверия предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям были средние оценки (4 балла). По данным опросов 2008 и 2010 гг., наиболее высокочастотными становятся оценки 5 баллов. Начиная с 2005 г. средние оценки доверия предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям превышают средние значения по шкале. Эти данные прямо свидетельствуют о повышении уровня доверия в предпринимательской среде.

Таблица 3

Распределение оценок степени доверия предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям (в % к числу опрошенных)

Год проведения исследования	Баллы							М, баллы
	1	2	3	4	5	6	7	
1992*	0,0	10,0	14,0	30,0	26,0	8,0	8,0	4,33
1994	9,1	13,6	37,9	19,7	16,7	1,5	1,5	3,32
1996	2,9	5,7	32,9	31,4	17,1	10,0	0,0	3,84
1997*	14,0	12,0	24,0	29,0	12,0	6,0	1,0	3,36
2001*	4,0	11,2	20,8	31,2	21,6	7,2	1,6	3,85
2003	9,8	7,8	18,6	37,25	20,59	4,9	1	3,7
2005	4	5	23	34	25	8	1	4,1
2008	3,3	3,3	18,4	28,3	31,7	15,0	0	4,26
2010*	2,9	6,7	19,2	27,9	29,8	9,6	2,9	4,12

Примечание: * – в 1992 г. оценки отсутствовали у 4% опрошенных, в 1997 г. – у 1%, в 2001 г. – у 1,1% и в 2010 г. – у 1% опрошенных.

Вместе с тем на всех этапах исследования устойчиво сохраняются группы предпринимателей с оценками доверия выше и ниже среднего, а характер распределения оценок приближается к нормальному. Данный факт может свидетельствовать о том, что доверие предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям в большей степени определяется индивидуально-психологическими особенностями субъектов предпринимательской деятельности, а не внешними условиями, как доверие к государственным организациям.

По данным нескольких исследовательских срезов показатели, характеризующие различные аспекты взаимоотношений предпринимателей с партнерами по бизнесу, выделились в самостоятельный фактор. Основу этого фактора составляют оценки предпринимателями надежности своих партнеров, доверия к предпринимательским структурам и предприятиям, а также оценки зависимости развития бизнеса от взаимоотношений с партнерами. Оценка надежности партнеров значимо коррелирует со степенью доверия к предпринимательским структурам. Предприниматели, отмечающие большую степень доверия к предпринимательским структурам, более высоко оценивают надежность своих партнеров, реже сталкиваются с обманом с их стороны, а также в целом более высоко оценивают результаты своей предпринимательской деятельности.

Доверие и надежность в партнерских отношениях, с одной стороны, и отношение к риску и конкуренции, с другой, выступают взаимосвязанными характеристиками: чем более предприниматель уверен в своих партнерах, тем более позитивно он относится к риску и конкуренции. По результатам кластерного анализа данных, полученных в разные годы на представительной выборке в 371 человек, надежность партнеров и доверие к предпринимательским структурам вошли в число показателей, дифференцирующих эмпирически выделенные социально-психологические типы предпринимателей (см.: Позняков, 2007).

Сравнение оценок предпринимателями степени их доверия к государственным и предпринимательским структурам и предприятиям (см. таблицу 4) показывает, что среди предпринимательских структур она значительно превышает степень доверия предпринимателей к государственным организациям. На всех этапах исследования оценки степени доверия в предпринимательской среде и надежности партнеров оказались значительно выше, чем оценки степени доверия к представителям государственных организаций (различия статистически значимы, $p < 0,05$).

Таблица 4

Распределение средних значений оценок предпринимателями степени их доверия к государственным и предпринимательским структурам и предприятиям и оценок степени надежности большинства нынешних партнеров (по 7-балльной шкале: 1 — очень низкая, 7 — очень высокая)

Показатели	Год проведения исследования							
	1992	1994	1996	1997	2001	2003	2005	2008
Доверие к государственным структурам и предприятиям	2,18	3,03	2,74	2,67	2,75	2,9	3,3	2,77
Доверие к предпринимательским структурам и предприятиям	4,33	3,32	3,84	3,41	3,85	3,7	4,1	4,23
Степень надежности большинства партнеров по бизнесу	3,8	3,76	3,70	4,03	4,53	4,42	4,61	4,70

По результатам корреляционного анализа данных по всем опросам, кроме 1992 г., обнаружена положительная корреляционная связь оценок доверия к государственным и предпринимательским организациям (в 1994 г. $r=0,14$, в 1996 г. $r=0,29^*$, в 1997 г. $r=0,32^*$, в 2001 г. $r=0,22$, в 2003 г. $r=0,34^*$ и в 2005 г. $r=0,30^*$). При этом в четырех опросах из семи связь значима при $p < 0,05$ (обозначено звездочкой). Эти данные свидетельствуют о том, что поляризация в оценках доверия к данным группам, отмеченная в 1992 г., в период становления предпринимательства в России, сменилась более сходной тенденцией в отношении к ним, которая характеризуется преобладанием низкого доверия, более выраженного по отношению к государственным организациям. Полученные результаты позволяют также сделать вывод о том, что низкая степень доверия, по крайней мере, в сфере деловых отношений, является характерной социально-психологической особенностью российских предпринимателей. Сравнительный анализ данных, представленных в таблице 4, показывает также устойчивую тенденцию повышения оценок надежности партнеров по бизнесу. Начиная с 1997 г. средние значения оценок превышают среднее значение по шкале и по данным опросов 2005 и 2008 гг. достигают значений 4,6 и 4,7 балла соответственно.

Динамика оценок предпринимателями доверия к предпринимательским структурам и предприятиям несколько отличается от ди-

намики оценок надежности партнеров: здесь наблюдаются периодические спады и подъемы, а сами средние значения оценок доверия, как правило, ниже средних значений оценок надежности партнеров по бизнесу. Эти данные свидетельствуют о том, что предприниматели дифференцируют взаимоотношения в предпринимательской среде в целом, где они проявляют достаточно низкую степень взаимного доверия, и взаимоотношения с партнерами по бизнесу, которые строятся не столько на личном доверии, сколько на взаимной выгоде, расчете и знании партнера.

Наличие стабильных корреляционных связей между оценками надежности партнеров и оценками доверия к предпринимательским структурам и отсутствие таких связей с оценками доверия к государственным структурам свидетельствует о существенных различиях взаимоотношений внутри предпринимательской среды и отношений с представителями государственных органов власти, которые не воспринимаются предпринимателями как партнеры.

Сравнительный анализ результатов корреляционного и факторного анализа данных, полученных в разные годы, позволяет выявить связи партнерских взаимоотношений с другими социально-психологическими характеристиками предпринимательской деятельности, а также проследить их динамику. В 1994 г. оценка предпринимателями надежности партнеров вошла в один фактор с оценками значимости мотива материальной обеспеченности ($-0,820$), возможности реализовать свои способности ($0,405$) и отношением к риску ($0,586$). Эти данные можно интерпретировать следующим образом: чем более высоко предприниматели оценивают значимость мотива материальной обеспеченности, тем более низко они оценивают надежность своих партнеров. Предприниматели, для которых мотив материальной обеспеченности является менее значимым по сравнению с мотивом самореализации, более уверены в своих партнерах и, возможно, поэтому более позитивно относятся к риску.

В 1996 г. оценка надежности партнеров ($0,627$) вошла в один фактор с оценкой степени доверия к предпринимательским организациям ($0,683$), и между этими показателями зафиксирована значимая корреляционная связь. В 1997 г. оценки предпринимателями доверия к государственным и предпринимательским организациям выделились в отдельный фактор, а в фактор партнерства, кроме оценок надежности партнеров и доверия к предпринимательским организациям, вошли оценки отношения к риску и степени зависимости бизнеса от взаимоотношений с партнерами. В 2001 г. оценки доверия предпринимателей к государственным и предпринимательским

структурам и предприятиям вновь выделились в отдельный фактор, куда вошли также оценки надежности партнеров и частоты случаев обмана со стороны партнеров. Кроме того, выделился самостоятельный фактор, в который вошли оценки влияния взаимоотношений с партнерами на развитие бизнеса ($0,602$), а также оценки частоты случаев понимания и поддержки со стороны партнеров ($0,680$), получения удовольствия от общения с сотрудниками ($0,441$), установления хороших отношений с конкурентами ($0,469$).

На разных этапах исследования зафиксированы статистически значимые корреляционные связи между оценками надежности партнеров и другими социально-психологическими характеристиками предпринимателей, наиболее устойчивыми из которых (по данным не менее трех опросов) оказались связи с:

- оценками уровня деловой активности и динамики его изменения,
- оценками собственной конкурентоспособности и собственных возможностей в повышении успешности бизнеса,
- оценками благоприятности экономических условий для развития своего бизнеса и зависимости бизнеса от взаимоотношений с партнерами,
- отношением к риску,
- отношением к конкуренции,
- успешностью (степень реализации целей) предпринимательской деятельности,
- оценками материального уровня жизни семьи,
- возрастом предпринимателя (связь отрицательная).

Полученные данные свидетельствуют о том, что вопреки распространенному мнению о предпринимательстве как сугубо индивидуальном виде деятельности надежность партнеров является одним из важных социально-психологических условий деловой активности предпринимателей и успешности их бизнеса.

Региональный фактор и доверие российских предпринимателей

Для анализа региональных особенностей доверия российских предпринимателей проводилось частотное сравнение данных опросов 1997, 2001 г. и 2008 гг. с учетом регионального фактора. Из приведенных данных следует, что в 1997 г. предприниматели из регионов России (далее – регионалы) чаще, чем предприниматели из Москвы (далее – москвичи), оценивали свое доверие к государственным

организациям как низкое (москвичи – 64,0%, регионалы – 77,0%). В 2001 г. 70,4% москвичей и 70,0% регионалов оценивали свое доверие к государственным организациям ниже среднего значения (1–3 балла), т. е. соответствующие доли респондентов уравнились. Такое соотношение оценок сохранилось и в данных опроса 2008 г. (70,1% и 71,1% соответственно).

Выше среднего уровня доверия к государственным организациям в 2001 г. оценили 11,2% москвичей и 13,3% регионалов (в 1997 г. – 12,0% и 14,7% соответственно), т. е. разница в долях москвичей и регионалов, высоко оценивших свое доверие к государственным организациям, сохранилась на прежнем уровне и составила чуть более 2,0% как в 1997 г., так и в 2001 г. Однако, по данным опроса 2008 г., доли высоких оценок доверия снизились до 6,6% у московских и 4,4% у региональных респондентов, при том что в обеих выборках увеличились доли средних оценок.

Сравнение распределений средних оценок уровня доверия (4 балла) показывает, что наибольшее расхождение между москвичами и регионалами – в 3 раза – было отмечено в 1997 г. (москвичи – 24,0%, регионалы – 8,3%). В 2001 г. эти показатели практически сравнялись: москвичи – 17,6% (произошло снижение на 7,4%), регионалы – 16,7% (произошло увеличение почти в два раза). По данным опроса 2008 г., доли средних оценок уровня доверия предпринимателей к государственным организациям респондентов из Москвы и регионов России увеличились в обеих выборках и так же, как и в 2001 г., оказались практически одинаковыми.

Таблица 5

Распределение оценок степени доверия предпринимателей из Москвы и регионов к государственным организациям и предприятиям (в процентах к числу опрошенных)

Год проведения исследования	Группы предпринимателей	Баллы							М, баллы
		1	2	3	4	5	6	7	
1997	Москвичи	23	21	20	24	8	2	2	2,87
	Регионалы	33,3	26,0	17,7	8,3	13,6	1,1	0,0	2,46
2001	Москвичи	21,6	25,6	23,2	17,6	7,2	4,0	0,0	2,7
	Регионалы	20,0	26,7	23,3	16,7	6,7	5,5	1,1	2,84
2008	Москвичи	20	23,4	26,7	23,3	3,3	3,3	0	2,77
	Регионалы	20,0	20,0	31,1	24,5	2,2	2,2	0	2,76

Такое перераспределение оценок свидетельствует об общей тенденции изменения отношения в предпринимательской среде, которую можно обозначить как минимизацию числа предпринимателей, выражающих высокое доверие к государственным организациям и предприятиям при одновременном увеличении тех, кто оценивает свое доверие на среднем уровне. Сравнение средних показателей оценок доверия демонстрирует снижение различий между выборками. В 1997 г. оценки доверия к государственным организациям и предприятиям были выше у москвичей (дельта – 0,41, различия значимы на уровне $p < 0,05$). В 2001 г. у региональных предпринимателей они оказались выше, а у московских – ниже, чем в 1997 г. (различия между выборками 2001 г. статистически незначимы). В 2008 г. оценки московских и региональных предпринимателей практически сравнялись.

Таким образом, в качестве общей тенденции можно отметить, во-первых, повышение оценок доверия региональных предпринимателей к государственным структурам и предприятиям, а также незначительное их снижение у московских предпринимателей, во-вторых, сходство этих оценок по выборке Москвы и регионов в соответствии с результатами последнего опроса. На основании полученных данных можно сделать вывод, что значимые различия в доверии московских и региональных предпринимателей к государственным организациям, выявленные в 1997 г., практически перестали существовать. Это может быть связано с тем, что, если в конце 1990-х годов москвичи находились в более выгодных экономических условиях по сравнению с регионалами, охотно вступали с госструктурами в деловые отношения, то кризис 1998 г. разрушил эти альянсы. Вероятно, после кризиса государственные предприятия в регионах стали более коммерчески активными, а многие бывшие госслужащие занялись бизнесом и сохранили старые связи. Используя эти связи, они охотно создавали предпринимательские структуры, включая в них представителей государственных организаций. Можно предположить, что в дальнейшем тенденция стирания различий, в том числе и социально-психологических, между московскими и региональными предпринимателями сохранится. Видимо, отсутствие современных рыночных отношений в доперестроечную эпоху, а также специфический способ распределения материальных благ в рассматриваемый период способствовали формированию социально-психологических различий между московскими и региональными предпринимателями. И теперь, когда рыночные отношения интенсивно развиваются и разница в условиях бизнеса между столицей и провинцией уменьшается, стирание различий в социально-психологических характе-

ристиках москвичей и регионалов представляется вполне естественным и предсказуемым процессом.

Анализ оценок доверия респондентов к предпринимательским структурам и предприятиям показывает, что здесь наблюдается большее сходство позиций москвичей и регионалов по результатам опросов 1997 и 2001 гг. Доля респондентов, давших средние оценки доверия к предпринимательским структурам, не претерпела серьезных изменений, но в целом произошло существенное уменьшение количества низких оценок (в 2001 г. по сравнению с 1997 г.) и соответственно увеличение доли высоких оценок. Так, в 1997 г. оценки ниже средних поставили 50,0% москвичей и 44,8% регионалов, в 2001 г. — только 38,0% москвичей и 36,7% регионалов. Оценки доверия выше среднего уровня расположились так: в 1997 г. москвичи — 19,0%, регионалы — 24,0%, в 2001 г. москвичи — 30,4%, регионалы — 32,2%. По результатам опроса 2008 г., средние значения оценок доверия значимо выросли как у москвичей, так и у регионалов, при этом различия между ними оказались несущественны по результатам всех трех опросов. Таким образом, в качестве общей тенденции можно отметить, во-первых, повышение оценок доверия как московских, так и региональных предпринимателей к предпринимательским структурам и предприятиям, во-вторых, сходство этих оценок в Москве и регионах по данным исследовательских «срезов».

На всех этапах исследования и в московской, и в региональной выборках оценки доверия внутри предпринимательской среды оказались значительно выше, чем оценки доверия к государственным

Таблица 6

Распределение оценок доверия предпринимателей из Москвы и регионов к предпринимательским структурам и предприятиям (в процентах к числу опрошенных)

Год проведения исследования	Группы предпринимателей	Баллы							М, баллы
		1	2	3	4	5	6	7	
1997	Москвичи	14,0	12,0	24,0	29,0	12,0	6,0	1,0	3,36
	Регионалы	15,6	10,4	18,8	31,2	14,6	9,4	0,0	3,47
2001	Москвичи	4,0	11,2	20,8	31,2	21,6	7,2	1,6	3,85
	Регионалы	4,4	8,9	23,3	30,0	21,1	6,7	4,4	3,93
2008	Москвичи	3,4	3,4	18,4	28,5	31,7	15,0	0,0	4,26
	Регионалы	0,0	4,5	15,7	28,9	33,4	15,6	0,0	4,25

структурам и предприятиям (разница средних значений составляет более 1 балла). При этом у московских предпринимателей разница в оценках доверия увеличилась в большей степени, чем у регионалов, в первую очередь за счет значительного (на 0,39 балла) повышения доверия к предпринимательским организациям и его снижения (на 0,17) — к государственным в 2001 г., в то время как у региональных предпринимателей доверие как к государственным, так и к предпринимательским организациям и предприятиям увеличилось примерно в равной степени (на 0,38 и 0,46 балла соответственно). По данным опроса 2008 г., разрыв в оценках доверия к государственным и предпринимательским организациям оказался наибольшим (около 1,5 балла) за счет существенного увеличения значений оценок доверия к предпринимательским структурам и предприятиям как в Москве, так и в регионах.

Для выявления различий в структуре доверия московских и региональных предпринимателей проводился факторный анализ данных по переменным, значимо коррелирующим с оценками доверия.

У москвичей выявлено четыре фактора, коррелирующих с интегральной переменной доверия (расположены в порядке снижения значимости):

1. *Фактор успешности и собственного потенциала.* В него вошли оценки: собственной конкурентоспособности, успешности собственной предпринимательской деятельности, материального уровня жизни своей семьи, собственных возможностей в повышении успешности бизнеса, реализации своих целей в бизнесе, удовлетворенности результатами бизнеса, реализации своих способностей.
2. *Фактор влияния государства.* В него вошли оценки: влияния экономической политики центральных и местных органов власти на развитие бизнеса предпринимателя и оценка частоты поддержки со стороны государственных органов.
3. *Оценка партнерских отношений с предпринимателями-мужчинами.* Кроме соответствующей переменной, в него вошли оценки отношения к конкуренции и собственного влияния на развитие своего бизнеса.
4. *Фактор партнерских взаимоотношений.* В него вошли оценки: надежности партнеров и частоты обмана со стороны партнеров (с отрицательным знаком), доверия к предпринимательским организациям, а также с несколько меньшим весом (0,53) — оценка партнерских отношений с предпринимателями-женщинами.

Таблица 7

Факторная структура доверия по результатам опроса московских предпринимателей в 2001 г.

Оцениваемые показатели	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
Отношение со стороны властных органов	-0,02	0,63	0,32	-0,06
Деловая активность	0,52	-0,05	0,39	0,05
Отношение к конкуренции	0,24	-0,19	0,62	0,10
Отношение к риску	0,34	-0,38	0,15	-0,32
Экономические условия	0,32	0,48	0,09	0,12
Конкурентоспособность	0,70	-0,00	0,09	0,14
Удовлетворенность результатами бизнеса	0,67	0,28	0,14	0,28
Реализация своих способностей	0,66	-0,10	0,20	0,18
Материальное состояние	0,84	0,10	-0,09	-0,12
Реализация целей бизнеса	0,70	-0,00	0,25	0,36
Успешность	0,83	0,02	0,10	0,26
Надежность партнеров	0,19	0,05	0,05	0,83
Доверие к государственным организациям	0,18	0,46	0,14	0,11
Доверие к предпринимательским организациям	0,30	0,11	0,09	0,55
Частота обмана со стороны партнеров	0,08	0,14	-0,04	-0,77
Материальный уровень жизни семьи	0,76	0,14	-0,25	-0,28
Влияние экономической политики государства на развитие бизнеса	0,07	0,74	-0,10	0,09
Влияние местных органов власти	0,15	0,83	-0,14	-0,02
Собственное влияние	0,05	0,11	0,67	-0,08
Собственный материальный уровень	0,73	0,33	-0,35	-0,15
Поддержка со стороны гос. органов	0,27	0,71	0,22	-0,07
Отношение к партнерам-мужчинам	-0,00	0,25	0,69	-0,02
Отношение к партнерам-женщинам	0,16	0,23	-0,19	0,53

У регионалов также выявлено четыре фактора, коррелирующих с интегральной переменной доверия (расположены в порядке убывания значимости):

Таблица 8

Факторная структура доверия по результатам опроса региональных предпринимателей в 2001 г.

Оцениваемые показатели	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
Отношение со стороны властных органов	0,19	0,71	-0,28	0,08
Деловая активность	0,59	0,24	0,07	-0,22
Экономические условия	0,65	-0,20	0,15	0,17
Конкурентоспособность	0,63	-0,30	0,18	-0,37
Удовлетворенность результатами бизнеса	0,84	-0,06	0,08	0,04
Удовлетворенность работой	0,61	0,23	0,04	-0,24
Реализация своих способностей	0,53	0,13	0,39	-0,29
Материальный уровень жизни семьи	0,79	0,09	-0,12	0,18
Реализация целей бизнеса	0,62	0,19	0,18	0,14
Успешность	0,80	0,16	0,07	0,11
Надежность партнеров	0,16	0,06	0,79	0,13
Доверие к государственным организациям	0,19	0,17	-0,16	0,73
Доверие к предпринимательским организациям	0,29	-0,23	0,66	0,15
Негативное отношение со стороны чиновников	-0,07	-0,71	-0,19	-0,07
Частота обмана со стороны партнеров	-0,00	-0,29	-0,68	-0,04
Собственный материальный уровень	0,79	0,06	-0,16	0,29

1. *Фактор успешности.* В него вошли оценки: удовлетворенности экономическими результатами своей работы, успешности своей предпринимательской деятельности, материального уровня жизни своей семьи, благоприятности экономических условий, собственной конкурентоспособности, реализации целей бизнеса и удовлетворенности работой.
2. *Фактор отношения государства к предпринимателю.* В него вошли оценки: отношения к предпринимателю со стороны государственных органов власти в настоящее время и частоты негативного отношения чиновников (с отрицательным знаком).
3. *Фактор партнерских взаимоотношений.* В него вошли оценки: надежности партнеров и доверия к предпринимательским организациям и предприятиям (с положительным знаком) и частоты обмана со стороны партнеров (с отрицательным знаком).

4. *Фактор доверия к государству*, который включает одну переменную – оценку степени доверия к государственным структурам и предприятиям.

Результаты показывают, что наиболее нагруженными и у москвичей, и у регионалов являются факторы собственной успешности, куда вошли оценки экономических и психологических результатов бизнеса. И у москвичей, и у регионалов выявлены факторы партнерских взаимоотношений и отношений с государственными структурами и предприятиями. При этом в факторах, описывающих влияние государства на предпринимательскую деятельность, у москвичей и регионалов есть качественные отличия: у москвичей в него входят переменные, описывающие влияние центральных и местных органов власти, а также поддержку государства. У регионалов же в этот фактор входят оценки отношения к предпринимателям со стороны местных органов власти и частоты негативного отношения к ним со стороны чиновников. Вероятно, в регионах отрицательное отношение чиновников к предпринимателям гораздо более частое явление, чем в Москве.

Существенные различия в структуре оценок доверия обнаружены между исследуемыми выборками в связи с переменной пола. У москвичей показатели, связанные с отношением к предпринимателям разного пола, вошли в разные факторы. Оценка партнерского отношения к предпринимателям-мужчинам оказалась связана с оценками отношения к конкуренции и собственного влияния на развитие бизнеса, а отношение к предпринимателям-женщинам – с оценками доверия и надежности партнеров и частоты обмана с их стороны. У регионалов же оценки отношения к предпринимателям разного пола не вошли ни в один фактор. Эти данные свидетельствуют о том, что фактор пола в московской предпринимательской среде является более важным при установлении партнерских отношений. Кроме того, можно предположить, что отношение к предпринимателям-мужчинам и предпринимателям-женщинам имеет различную психологическую структуру и определяется разными психологическими факторами.

Гендерные особенности доверия российских предпринимателей к различным организациям

Данная работа продолжает исследование гендерных особенностей доверия российских предпринимателей к различным организациям (Журавлев, Сумарокова, 1998). Для анализа данных гендерных

особенностей нами проводилось сравнение оценок доверия российских предпринимателей к государственным и предпринимательским структурам и предприятиям в мужской и женской выборках по данным опросов 1997, 2001 и 2008 гг.

Свое доверие к госструктурам как среднее (4 балла) оценили в 2001 г. примерно 16,0% мужчин и 20,0% женщин. Интересно, что в 1997 г. разница в соответствующих данных между мужчинами и женщинами предпринимателями была еще меньше (мужчины – около 17,0%, женщины – около 16,0%). Мужчины-предприниматели и в 1997 г., и в 2001 г. в основном оценили свое доверие к госструктурам как крайне низкое или ниже среднего (70,8% в 1997 г. и 70,9% в 2001 г.). С ними солидарны и женщины: ниже среднего уровня оценили свое доверие к госструктурам 68,8% опрошенных в 1997 г. и 68,7% – в 2001 г. Выше среднего доверяли государству в 1997 г. 12,3% мужчин и 15,6% женщин. В 2001 г. доля женщин-предпринимателей, оценивших свое доверие государственным организациям выше среднего уровня, уменьшилась почти на 30,0% и составила 10,9%, в то время как доля мужчин осталась практически без изменений – 12,6%. Вероятно, кризис 1998 г. сильнее повлиял на женщин-предпринимателей, что и снизило долю высоких оценок их доверия к госструктурам. Среднее значение оценок доверия к госструктурам у женщин от первого ко второму «срезу» несколько увеличилось (разница оценок 1997 г. и 2001 г. составляет 0,29 балла) и практически сравнялось с оценкой предпринимателей-мужчин, у которых оно практически не изменилось.

Таблица 9

Распределение частот оценок доверия предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к государственным структурам и предприятиям (в процентах к числу опрошенных)

Группы предпринимателей	Год проведения исследования	Баллы							М, баллы
		1	2	3	4	5	6	7	
Мужчины	1997	24,6	23,9	22,3	16,9	10,0	0,8	1,5	2,84
	2001	21,9	26,5	22,5	15,9	7,3	4,6	0,7	2,77
	2008	20,0	20,0	27,5	22,5	5,0	5,0	0,0	2,92
Женщины	1997	35,9	23,4	9,4	15,6	12,5	3,2	0,0	2,55
	2001	18,8	25,0	25,0	20,3	6,3	4,6	0,0	2,84
	2008	20,0	30,0	25,0	25,0	0,0	0,0	0,0	2,55

Однако, по данным опроса 2008 г., наблюдается резкое снижение оценок доверия к государственным структурам и предприятиям в группе предпринимателей-женщин и одновременное их повышение в группе мужчин. Полученные данные выглядят особенно неожиданными в сравнении с динамикой оценок доверия к предпринимательским структурам и предприятиям (см. ниже) и заслуживают специального, более глубокого анализа и интерпретации. Мы полагаем, что причина этого феномена кроется в рассогласовании взаимных групповых образов и стереотипов межгруппового восприятия мужчин и женщин в предпринимательской среде, которая становится все более однородной и маскулинной по своим социально-психологическим характеристикам (см. раздел 4), и в среде государственных чиновников, где гендерные стереотипы носят более устойчивый характер. Женщины-предприниматели испытывают более серьезные трудности во взаимодействии с представителями государственных структур и, как следствие, проявляют менее высокий уровень доверия к ним.

Анализ оценок доверия к предпринимательским структурам показывает, что в 1997 г. оценки ниже средних выбрали 45,0% мужчин и 54,0% женщин, в 2001 г. — 34,5% и 40,6% соответственно. Оценки же выше средних в 1997 г. выбрали 20,9% мужчин и 23,8% женщин, а в 2001 г. — 32,4% мужчин и 28,1% женщин. В 2001 г. практически не проявилась разница в количестве мужчин и женщин, выбравших средний балл оценки своего доверия к предпринимательским структурам, в то время как в 1997 г. эта разница была заметной: у мужчин — 34,1%, а у женщин — 22,2%.

Таблица 10

Распределение оценок доверия предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к предпринимательским структурам и предприятиям (в процентах к числу опрошенных)

Группы предпринимателей	Год проведения исследования	Баллы							М, баллы
		1	2	3	4	5	6	7	
Мужчины	1997	12,4	9,3	23,3	34,1	10,9	10,1	0,0	3,52
	2001	2,7	9,3	22,5	30,5	23,8	5,3	3,3	3,95
	2008	2,5	5,0	17,5	27,5	32,5	15,0	0,0	4,27
Женщины	1997	20,6	15,9	17,5	22,2	19,0	3,2	1,6	3,19
	2001	7,8	12,5	20,3	31,3	15,6	10,9	1,6	3,73
	2008	5,0	0,0	20,0	30,0	30,0	15,0	0,0	4,25

Полученные данные в сочетании с уменьшением доли женщин, оценивающих уровень доверия к предпринимательским структурам ниже среднего, косвенно свидетельствуют о повышении степени доверия предпринимателей-женщин к предпринимательским структурам, по данным опроса 2001 г. Сравнение средних значений оценок доверия к предпринимательским структурам свидетельствует о тенденции к его возрастанию, которая более ярко выражена в группе предпринимателей-женщин, результатом чего является уменьшение гендерных различий в таких оценках.

Сравнительный анализ средних значений оценок доверия к государственным и предпринимательским организациям в мужской и женской выборках и их динамики от исследования 1997 г. к исследованию 2001 г. позволяет отметить следующее. Разница в оценках доверия к государственным и предпринимательским организациям сохранилась на значимом уровне как в группе предпринимателей-мужчин, так и в группе предпринимателей-женщин. По отношению к государственным организациям средние значения оценок доверия в группе предпринимателей-женщин несколько увеличились и практически сравнялись с оценками доверия в группе предпринимателей-мужчин. По отношению к предпринимательским организациям средние значения оценок доверия возросли в обеих выборках, но более сильно — у предпринимателей-женщин, в результате чего различия по этому показателю, зафиксированные на значимом уровне в опросе 1997 г., сохранились лишь на уровне тенденции. По данным опроса 2008 г., средние значения доверия к предпринимательским структурам и предприятиям существенно выросли как в мужской, так и в женской выборке, превысив средние значения по шкале.

В целом изменения в оценках доверия в группе предпринимателей-женщин оказались более существенными, чем в группе предпринимателей-мужчин. Результатом такой динамики явилось уменьшение гендерных различий по показателям доверия предпринимателей к предпринимательским структурам по сравнению с 1997 г. и их увеличение по показателям доверия к государственным структурам и организациям. Это можно объяснить тем, что по мере приобретения предпринимательского опыта стереотипное фемининное сознание и поведение женщин-предпринимателей уступает место более маскулинному поведению и образу мышления. Однако сохраняющиеся в российском обществе гендерные стереотипы восприятия бизнеса как преимущественно мужского занятия создают дополнительные психологические барьеры во взаимодействии женщин-предприни-

мателей с представителями государственных органов власти, что обуславливает более низкую степень доверия к ним со стороны предпринимателей-женщин.

Заключение

На всех этапах исследования оценки степени доверия внутри предпринимательской среды и надежности партнеров оказались значительно выше, чем оценки доверия к представителям государственных организаций. Результаты исследования свидетельствуют о формировании особой социальной группы – предпринимателей, – которая характеризуется определенной степенью внутренней психологической общности, большим уровнем взаимного доверия по сравнению с их взаимоотношениями с представителями государственных структур.

Невысокая степень доверия, по крайней мере, в сфере деловых отношений является характерной социально-психологической особенностью российских предпринимателей. В то же время наличие стабильных корреляционных связей оценок надежности партнеров и доверия к предпринимательским структурам и отсутствие таких связей с оценками доверия к государственным структурам свидетельствует о существенных различиях взаимоотношений внутри предпринимательской среды и отношений с представителями государственных структур, которые не воспринимаются предпринимателями как партнеры.

В ходе исследования выявлена устойчивая связь оценки надежности партнеров с оценками уровня деловой активности и успешности предпринимательской деятельности. Полученные данные свидетельствуют о том, что вопреки распространенным представлениям о предпринимательстве как сугубо индивидуальном виде деятельности надежность партнеров является одним из главных социально-психологических факторов деловой активности предпринимателей.

Доверие и надежность в партнерских отношениях, с одной стороны, и отношение к риску и конкуренции – с другой, выступают взаимосвязанными характеристиками: чем более уверен предприниматель в своих партнерах, тем в целом более позитивно он относится к риску и конкуренции. Доверие к предпринимательским структурам и оценка надежности партнеров вошли в число показателей, дифференцирующих эмпирически выделенные социально-психологические типы предпринимателей.

В факторной структуре показателей, значимо коррелирующих с оценками доверия, стабильно выделяется фактор, включающий

оценки успешности и собственного потенциала предпринимателя. Это свидетельствует о том, что качественные характеристики отношений в сфере бизнеса и, в частности, доверие к различного вида организациям и надежность партнеров выступают существенным ресурсом повышения успешности предпринимательской деятельности. Облегчая экономический обмен и способствуя защите интересов участников делового взаимодействия, доверительные отношения являются существенными составляющими социального капитала предпринимателей.

Сравнительный анализ данных, полученных в ходе трех исследовательских «срезов» (1997, 2001, 2008), показывает повышение оценок доверия предпринимателей к предпринимательским организациям и стабильно низкие оценки доверия к государственным структурам. В качестве общей тенденции можно отметить также постепенное уменьшение различий в оценках доверия между региональными и московскими предпринимателями, с одной стороны, и между предпринимателями-мужчинами и предпринимателями-женщинами – с другой. При этом оценки доверия региональных предпринимателей в результате их изменения приближаются к оценкам московских предпринимателей, а оценки предпринимателей-женщин – к оценкам предпринимателей-мужчин.

Результаты факторного анализа свидетельствуют о том, что в группе московских предпринимателей фактор пола играет более важную роль, дифференцируя оценки взаимоотношений с партнерами по бизнесу.

Глава 17

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ПАРТНЕРСТВУ И КОНКУРЕНЦИИ¹

Введение

Интерес к особенностям социального взаимодействия, связанным с принадлежностью его участников к тому или иному полу, сформировавшийся в научном сообществе в последние десятилетия, обусловлен изучением его новых форм, возникающих вследствие устаревания традиционного распределения социальных ролей между мужчинами и женщинами. Продолжающиеся научные исследования в этой области определяют тему, что многие психологические аспекты различного поведения мужчин и женщин малоизучены, и это в полной мере относится к области экономического поведения и деятельности предпринимателей. Актуальность проводимого нами в течение ряда лет исследования обусловлена противоречиями, сложившимися между важностью роли предпринимательства в развитии российской экономики и сохраняющимся дефицитом знаний о специфике предпринимательской деятельности мужчин и женщин, традиционно различающихся по своим социально-экономическим функциям в обществе; а также между доминированием в предпринимательстве маскулинных моделей деловой активности и неуклонным ростом в современной России доли женщин, занятых в этой сфере.

Научный интерес к изучению различий в отношениях мужчин и женщин, занятых предпринимательством, к конкуренции и партнерству вызван наличием проблем, не решенных в современной социально-психологической теории. В социальной психологии категория взаимодействия является центральной, через нее определяется ее предмет, в то время как эмпирических исследований взаимодействия проводится явно недостаточно. Конкуренция и партнерство признаются основными видами экономического взаимодействия (Азоев,

1996; Джерилиевская, 2005; Дирлав, 2007; Малый, 2005; Масленников, 1998; Наумов, 2008; Прозоровская, 1996; Радаев, 2000; Стародубцев, 2007; Юданов, 2001; и др.). Вместе с тем имеется дефицит теоретических и эмпирических исследований их субъективной стороны, выступающей психологической предпосылкой успешности совместной деятельности в условиях организационно-экономических изменений (Журавлев, 1999, 2011). При общем интенсивном росте в психологии исследований половых различий они недостаточно изучены как фактор делового взаимодействия. В последние годы наблюдается рост гендерных исследований в психологии (Бендас, 2002; Буракова, 2000; Гаджиева, 2000; Клецина, 2005; Панкратова, 2001; Соколова, 2003; Турецкая, 1999; Хабаров, 2003; Цикунова, 2003; Чернобровкина, 2000; Чирикова, 1998; и мн. др.), но как фактор делового взаимодействия гендер практически не изучался, социально-психологические подходы к исследованию гендерных и половых различий четко не определены, практически отсутствуют сравнительные исследования социально-психологических особенностей предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин.

Научная разработанность проблемы

Анализ показал, что разработка проблемы гендерных особенностей отношения российских предпринимателей к конкуренции и партнерству требует комплексного подхода и может быть реализована на пересечении исследований гендерных феноменов, психологических отношений и взаимодействия, в том числе в предпринимательской деятельности, и исследований гендерных аспектов экономической деятельности предпринимателей.

Так, в рамках гендерных исследований достаточно большое количество работ посвящено определению содержания этого явления и его представленности в социальных отношениях (Е. В. Ануфриева, Н. Н. Коростылева, Т. де Лоретис), изучалось его психологическое содержание, в том числе роль исторических и социальных, культурных аспектов (S. Vem, K. Deaux, R. Stoller, A. E. Чучин-Русов), анализировалась структура гендерных феноменов (И. С. Кон, Н. Н. Коростылева, К. Уэст и др.), изучалось влияние пола на формирование личности (И. С. Кон, А. Г. Асмолов, О. Г. Лопухова, Е. С. Соколова). Кроме того, психологическими теориями определены варианты соотношения уровней маскулинности и фемининности в структуре личности (S. Vem, O. Вейнингер, O. Г. Лопухова, З. Фрейд, К. Г. Юнг). Анализировались кросс-культурные особенности маскулинности и фе-

¹ Глава написана совместно с О. И. Титовой.

мининности (Г. Хофстеде). В работах В. В. Знакова и И. С. Клециной был проведен теоретический анализ подходов к гендерным исследованиям в психологии. Изучение отдельных гендерных феноменов российского общества выполнено в работах философов (например, Т. А. Волкова) и психологов (Ю. Е. Алешина, А. С. Волович, В. Е. Каган, Т. А. Никулина, И. Е. Харламенкова, Т. И. Юферева и др.).

Осуществлялось изучение феномена предпринимательства и его роли в социально-экономических отношениях с применением разных подходов, предпринимательство рассматривалось как экономическая, деловая активность (П. Дракер, Б. Карлофф, А. В. Бусыгин, С. Н. Пшеничникова), как экономическая деятельность (В. В. Новиков, В. П. Позняков, В. В. Радаев, В. Г. Смольков, Е. Б. Филинкова, Й. Шумпетер), как состояние, возникающее в рамках экономических отношений (Ф. Хайек, Ван Райя). Социальная ситуация российского предпринимательства анализировалась посредством изучения отношений к нему со стороны различных социальных групп (см., например, работы В. А. Бодрова, А. Л. Журавлева и В. П. Познякова, С. К. Рощина, Т. А. Нестика и П. Н. Шихирева). Самостоятельным направлением в изучении предпринимательства стали исследования деятельности женщин, достигших успеха в ведении бизнеса (А. Е. Чирикова, О. Н. Кричевская, О. Н. Махрова), а также анализ личностных особенностей субъектов предпринимательской деятельности (И. В. Антоненко, А. В. Бояринцева, В. В. Марченко, В. А. Панталеев, Е. Б. Филинкова, Р. Хизрич, М. Питерс и др.).

Изучалась гендерная идентичность современных предпринимателей (Е. Ю. Мещеркина), гендерные модели деловой активности и способы их реализации в различных условиях экономической деятельности (С. А. Автономова, Л. В. Бабаева, А. Е. Чирикова), адаптация женщин-предпринимателей (Л. В. Корель), особенности карьеры предпринимателей-женщин (О. М. Здравомыслова), отношения с деловыми партнерами (С. Ю. Барсукова), социально-психологические типы деловой активности женщин (Г. В. Турецкая), отношения предпринимателей разного пола к нравственным нормам (А. Б. Купрейченко), гендерные особенности предпринимателей Чувашии (М. И. Вайберг, Г. Г. Вербина, Г. С. Дулина, Л. П. Тимакина, В. П. Фоминых и др.).

К социально-психологическим исследованиям российских предпринимателей в отечественной науке одними из первых обратились А. Л. Журавлев и В. П. Позняков. Изучение социально-психологических проблем становления малого бизнеса в России (Журавлев, Позняков, 1993), места российских предпринимателей в социальной структуре российского общества (Журавлев, Позняков, 1994), соци-

ально-психологических факторов деловой активности российских предпринимателей (Журавлев, Позняков, 1995; Журавлев, Позняков, Дорофеев, 1999) фактически заложило основы нового научного направления – социальной психологии предпринимательства (Позняков, 2002, 2012; Социально-психологические исследования..., 1999; и др.). Это научное направление, возникшее как междисциплинарная область знаний на стыке социальной (Социальная психология..., 2002) и экономической (Журавлев, Позняков, 2004) психологии, тесно связано с традициями исследования в Институте психологии РАН социально-психологических проблем современного российского общества в условиях социально-экономических изменений рубежа XX–XXI вв. (Журавлев, 1999; Позняков, 2002; Проблемы экономической психологии, 2004, 2005; Психология совместной жизнедеятельности..., 2001; Социальная психология..., 1999; и др.). Исследования психологии российского предпринимательства, выполненные в Институте психологии РАН и представленные в работах В. А. Бодрова (Психология предпринимательской деятельности, 1995), Е. П. Ермолаевой (1996), С. К. Рощина (1993), Е. В. Шороховой (1999) и других авторов, способствовали расширению и углублению научных представлений о психологических особенностях личности и деятельности предпринимателей. Более чем двадцатилетний опыт исследований завершился публикацией монографии (Журавлев, Позняков, 2012) и созданием научно-исследовательской базы данных «Социальная психология российского предпринимательства» (Позняков, Познякова, Тихомирова, 2012).

В рамках этих исследований получило свое начало изучение социально-психологических факторов делового взаимодействия. Выявлены и проанализированы региональные и половые различия доверия предпринимателей к разным видам организаций (Журавлев, Сумарокова, 2012). Деловое партнерство рассматривается как форма деловой активности, как вид взаимодействия, сочетающий в себе элементы сотрудничества и конкуренции (Вавакина, Позняков, 2009). Эмпирически выделены социально-психологические типы отношения к партнерству в деловом взаимодействии, различающиеся, в частности, ориентацией на ресурсное и ценностное взаимодействие (Позняков, Вавакина, 2009, 2013, 2014, 2016; и др.). В контексте выявления нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения изучалось деловое взаимодействие предпринимателей и менеджеров (Журавлев, Купрейченко, Горбачева, 2012). Определено, что оценки прошлого опыта делового взаимодействия, актуального состояния делового взаимодействия, ожидаемых результатов,

а также ценностные ориентации личности являются социально-психологическими факторами ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия (Позняков, Груздева, 2013; Позняков, Никуло, 2016).

В своем исследовании мы основываемся на следующем понимании делового взаимодействия в предпринимательской деятельности.

Предпринимательство — это вид экономической деятельности по производству товаров и услуг, основанный на распоряжении материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами и направленный на получение дохода (прибыли), в рамках которой субъект выступает собственником и организатором производства товаров и услуг, а также пользователем наемного труда; оно осуществляется посредством делового взаимодействия его субъекта (предпринимателя) с участниками экономических отношений — другими предпринимателями, клиентами, чиновниками и т. д. (Позняков, 2001, 2002; и др.).

Деловое взаимодействие определяется нами как деятельность предпринимателей по обмену ресурсами (к ним относятся: сырье, рынки сбыта, технологии производства, власть, социальные связи, деньги) в целях приобретения ресурсов, отсутствующих у предпринимателя, и/или преумножения имеющихся. При этом предприниматель исходит не только из наличных ресурсов, но и из предполагаемых возможностей их развития для получения прибыли. Практически неограниченное количество возможных комбинаций ресурсов и определяет конкурентоспособность предпринимательской деятельности (Позняков, Титова, 2005). Основными видами делового взаимодействия в предпринимательской деятельности выступают партнерство и конкуренция. Содержание делового взаимодействия может быть охарактеризовано в зависимости от того, какая ориентация в организации экономической деятельности в большей мере свойственна предпринимателю — на экономические ресурсы или взаимоотношения (разновидность социальных ресурсов), и от того, какие процессы — интеграции или дифференциации — определяют развитие экономической деятельности в конкретном случае.

Свою экономическую деятельность предприниматели-мужчины и предприниматели-женщины реализуют во взаимодействии друг с другом, выступая представителями двух больших социальных групп — мужчин и женщин. Активизации их межгрупповых отношений в сфере предпринимательской деятельности способствует то, что: 1) половая принадлежность субъектов взаимодействия, являясь одним из первичных критериев социальной категоризации в межличностных и межгрупповых отношениях, обуславливает опреде-

ленность физических границ групп мужчин и женщин; 2) социально-психологическая плотность этих групп в пространстве делового взаимодействия достаточно высока, поскольку в сфере обслуживания и торговли доля предпринимателей-женщин и предпринимателей-мужчин практически одинакова, а напряженность конкуренции способствует росту интенсивности контактов представителей этих социальных групп.

Межгрупповой характер отношений мужчин и женщин в рамках предпринимательской деятельности определяет гендерные, а не половые, различия экономической деятельности мужчин и женщин. Как показали результаты ранее выполненных исследований (Журавлев, Позняков, Титова, 2008; Титова, 2007), в процессе делового взаимодействия предприниматели дифференцируют свое отношение к партнерам этого взаимодействия в зависимости от того, к какой группе (мужчин или женщин) принадлежит партнер. Соответственно, гендерные особенности отношения членов этих групп к конкуренции и партнерству могут быть определены в сравнительном исследовании психологических отношений предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин как представителей социальных групп в ситуациях конкуренции и партнерства в их экономической деятельности.

Теоретической основой исследования выступает авторская научная концепция *психологических отношений* индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности и экономической деятельности (Позняков, 2012). Психологические отношения предпринимателей представляют собой эмоционально окрашенные мнения, оценки и представления о различных сторонах предпринимательской деятельности. Психологические отношения к конкуренции и партнерству являются частным случаем отношения к деловому взаимодействию и проявляются в эмоционально окрашенных мнениях, представлениях и оценках, объектами которых выступают мотивы, цели, условия, результаты и субъекты делового взаимодействия.

Программа и методика эмпирического исследования

Проведенный теоретический анализ позволяет сделать вывод о том, что исследование гендерных различий в отношениях предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к конкуренции и партнерству является актуальной и недостаточно изученной научной проблемой. Таким образом, в исследовании, выполненном под нашим руководством совместно с О. И. Титовой, было выявлено раз-

личие в отношениях российских предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к конкуренции и партнерству.

В основу исследования положена *гипотеза* о том, что психологические отношения предпринимателей к конкуренции и партнерству взаимосвязаны с гендерной принадлежностью субъектов делового взаимодействия.

В качестве *частных гипотез* эмпирического исследования выступало предположение о том, что:

- 1) обыденные представления предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин о конкуренции и деловом партнерстве различаются;
- 2) существуют отличия в представлениях предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин о мотивации конкуренции и партнерства;
- 3) отношение предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к деловому взаимодействию различается в зависимости от гендерной принадлежности других участников делового взаимодействия (партнеров и конкурентов);
- 4) имеется разница в отношении предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к личностным качествам других предпринимателей в зависимости от половой принадлежности объекта психологического отношения.

В исследовании решались следующие *задачи*:

- выявить обыденные представления предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин о конкуренции и деловом партнерстве;
- провести сравнительный анализ мотивации конкуренции и партнерства у предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин;
- выявить различия в отношении предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к конкуренции и партнерству в зависимости от гендерной принадлежности других участников делового взаимодействия;
- провести сравнительный анализ отношения предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к личностным характеристикам деловых партнеров и конкурентов из разных гендерных групп.

Участники исследования. Эмпирическое исследование гендерных особенностей отношений к конкуренции и партнерству проводилось

с участием предпринимателей в сфере малого и среднего бизнеса на территории России. Основные сферы деятельности респондентов — оптовая и розничная торговля, сфера обслуживания и производство. В общей сложности в исследовании приняли участие 366 предпринимателей из Москвы и регионов России (35,3% женщин и 64,7% мужчин). Базами для сбора эмпирических данных стали предпринимательские структуры в сфере малого и среднего бизнеса, учащиеся Школы бизнеса и других учреждений профессионального образования, а также члены Торгово-промышленной палаты Красноярского края.

Исследование отношения предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к конкуренции и партнерству осуществлялось посредством развернутой программы, в том числе стандартизированного интервью и методики диагностики гендерных стереотипов в отношениях конкуренции и делового партнерства (см. приложение 4). Ниже выборочно характеризуются только те показатели оценки переменных, обсуждению результатов исследования которых посвящена данная глава.

Отношение к конкуренции и деловому партнерству в предпринимательской деятельности изучалось посредством следующих показателей.

1. Обыденные представления о конкуренции и деловом партнерстве, в которых отражается субъективное понимание содержания этих отношений, а также индивидуальный смысл, вкладываемый личностью в понятия «конкуренция» и «деловое партнерство». Оценка осуществлялась путем проведения контент-анализа ответов респондентов на открытые вопросы, в качестве критериев выступали: цель, средства (способы) организации, мотивы, общая эмоциональная оценка и принципы построения взаимодействия.
2. Оценка мотивации предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к конкуренции проводилась с использованием шкалы наименований, позиции которой отражают то, какие их интересы могут быть реализованы посредством данных отношений. Для этого предпринимателям предлагалось проранжировать 6 предложенных вариантов мотивов в порядке убывания их значимости: независимость, возможность реализовать новые проекты, деньги и другие материальные ресурсы, признание в обществе, авторитет среди предпринимателей, привлекательность самого процесса соревнования (конкуренции). Кроме того, респонденты могли добавить характеристику по своему усмотрению.

3. Мотивация предпринимателей из разных половых групп к деловому партнерству оценивалась при помощи шкалы наименований. Ее позиции отражают интересы предпринимателя, которые могут быть реализованы посредством отношений делового партнерства. В качестве возможных альтернатив предлагались варианты социально-экономических и личностных ресурсов, определившиеся на предварительном этапе исследования. Среди них такие, как уверенность в завтрашнем дне; «чувство локтя» и опора рядом; ресурсы для новых проектов; возможность следовать принципу «одна голова хорошо, а две лучше»; больше проблем, чем преимуществ. Кроме этого, у каждого респондента была возможность предложить свой вариант.
4. Для определения личностных качеств, проявляемых предпринимателем-мужчиной и предпринимателем-женщиной в отношениях конкуренции и делового партнерства, использовалась авторская методика, выявляющая стереотипы мужчин и женщин при восприятии личностных характеристик конкурентов и партнеров. Поведенческие характеристики, свойственные конкуренту-мужчине, конкуренту-женщине, партнеру-мужчине и партнеру-женщине, оценивались при помощи двух списков по 20 качеств, один из них — для отношений конкуренции, другой — делового партнерства.

Качества сгруппированы в 15 пар, из которых 5 — актуальны для предпринимательской деятельности в целом, 5 — более значимы для ситуации конкуренции и 5 — для отношений с деловыми партнерами. Каждая пара включает сходные по содержанию характеристики, но одна из них выражает позитивное отношение к объекту оценки, а другая — негативное. В группу общих для предпринимательской деятельности качеств вошли: инициативность — ведет себя как «выскачка»; находчивость — хитрость; склонность к риску — опрометчивость; энергичность — непоседливость; стремление к доминированию — стремление все «подмять под себя». Группу качеств, характеризующих отношения с деловыми партнерами, составили: пунктуальность — педантичность; гибкость — умение приспособливаться; тактичность — лицемерие; интересуется другими — лезет в чужие дела; готовность помочь — услужливость. Качества, определяющие отношения с конкурентами, характеризовались парами: настойчивость — упрямство; смелость — безрассудство; чувство собственного достоинства — относится к окружающим с чувством превосходства; сравнивает себя с другими — завистливость; прямолинейность — грубость.

Выраженность каждого качества оценивалась по 4-балльной шкале: 0 — качество отсутствует; 1 — качество выражено слабо; 2 — качество выражено средне; 3 — качество выражено в полной мере. Полученные оценки подвергались математической обработке для определения коэффициентов амбивалентности и выраженности.

Так, коэффициент амбивалентности позволяет оценить, насколько представления о другом человеке эмоционально определены (выраженно преобладает положительное или отрицательное отношение) или же они противоречивы и содержат в равной мере как положительные, так и отрицательные оценки. Коэффициент амбивалентности по каждой паре качеств определяется по формуле (1):

$$A_i = \min(a+i \ a-i) / \max(a+i \ a-i), \quad (1)$$

где $a+i$ — оценка положительного качества, $a-i$ — оценка отрицательного качества.

Его величина является результатом деления значения оценки менее выраженного качества из конкретной пары на значение оценки более выраженного качества этой же пары; если же качества из одной пары оценены одинаково, то коэффициент амбивалентности будет иметь максимальное значение, равное 1.

Далее подсчитывается общий коэффициент амбивалентности, отражающий степень согласованности/противоречивости представлений респондентов об оцениваемом объекте. Общий коэффициент амбивалентности определяется по формуле (2):

$$A = \sum A_i / n, \quad (2)$$

где n — количество пар оцениваемых качеств.

Выраженность стереотипа — второй параметр, использованный нами для оценки стереотипов предпринимателей, характеризует силу, интенсивность стереотипного эффекта, а знак в значении коэффициента указывает на эмоциональную направленность представлений (положительную или отрицательную). Этот параметр определяется на основе того, в какой мере у оцениваемого респондентами объекта отмечаются полярные качества (из одной пары) и как высоко оценивает респондент их уровень.

Коэффициент выраженности гендерных стереотипов определяется по формуле (3):

$$S_i = (a+i - a-i) / 3 * (1 + A_i), \quad (3)$$

где $a+i$ — оценка положительного качества, $a-i$ — оценка отрицательного качества, A_i — коэффициент амбивалентности для этой пары качеств.

Кроме того, определяется общий коэффициент выраженности стереотипов у каждого респондента, в котором учтено то, как он оценивает объект по всем предложенным качествам. Для этого используется формула (4):

$$S = \sum S_i / n, \quad (4)$$

где n — количество пар оцениваемых качеств.

В ходе исследования стереотипов предпринимателей в отношении конкурентов и деловых партнеров из групп мужчин и женщин для каждого респондента были определены коэффициенты их амбивалентности и выраженности по четырем группам качеств, а именно в отношениях с: конкурентами-мужчинами; конкурентами-женщинами; деловыми партнерами-мужчинами; деловыми партнерами-женщинами.

Математико-статистическая обработка полученных данных проводилась с применением t -критерия Стьюдента для парных выборок. При проведении статистического анализа использовалась программа Statistica 6.0.

Результаты исследования и обсуждение

Различия обыденных представлений предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин о конкуренции и деловом партнерстве

Анализ обыденных представлений предпринимателей о конкуренции и деловом партнерстве позволил выделить несколько разновидностей делового взаимодействия в их экономической деятельности. Во-первых, это *конкуренция за экономические ресурсы*, необходимые для осуществления предпринимательской деятельности (первичные ресурсы для производства товаров и оказания услуг, деньги, существующие и потенциальные потребители). Средства организации этого вида взаимодействия и мотивация субъекта имеют явно выраженный экономико-организационный характер (например, снижение цены, нареканий потребителей, повышение производительности, внедрение идей и т. д.). Во-вторых, это *конкуренция*, соревнование с другими предпринимателями. Она происходит путем сравнения цены, объема продукции, ассортимента, по другим критериям (некоторые предприниматели указывали на соревнование с самим собой: с теми достижениями в предпринимательской деятельности, которые были у субъекта в прошлом или имеются на текущий момент, но в другой сфере бизнеса).

В результате было получено, что у респондентов-женщин в 34% случаев, а у респондентов-мужчин — в 51% случае наблюдалась ориентация на взаимоотношения и социальные ресурсы в характеристике конкуренции (т. е. акцент делается на личностные особенности конкурентов, сравниваются свои достижения с достижениями других предпринимателей и т. д.). В группе мужчин значимо чаще встречается отношение к конкуренции как к соревнованию с другими предпринимателями за личные достижения, чем за экономические ресурсы (24,8%; $p=0,01$). В оценках респондентов-женщин характеристики конкуренции за экономические ресурсы (51,1%) встречаются чаще по сравнению с характеристиками конкуренции-соревнования за личные достижения ($p=0,058$) (см. рисунок 1).

Характеризуя цели партнерства и его роль в эффективной предпринимательской деятельности, большинство предпринимателей (как мужчин, так и женщин) подходило к этому вопросу преимущественно с позиции преумножения имеющихся у них материальных ресурсов, а также обеспечения большей безопасности своей экономической деятельности путем взаимной поддержки друг друга в случае необходимости (для 92% респондентов свойственно подобное представление о целях партнерства). В результате анализа суждений предпринимателей о партнерстве было выявлено, что эти отношения в зависимости от средств, которыми обеспечивается успешное партнерство между предпринимателями, подразделяются на партнерство с преобладанием организационно-экономических средств (ориентировано на получение денег для новых проектов, техники и технологии, доступа к новым рынкам) и партнерство, средствами построе-



Рис. 1. Сравнительная характеристика отношения предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к видам конкуренции и делового партнерства

ния которого выступают социально-психологические характеристики отношений (ориентировано на наличие доверия и межличностной привлекательности во взаимоотношениях, установление новых контактов с другими предпринимателями). Первый подход респондентов к характеристике партнерства указывал на необходимость экономических предпосылок. Второй — на необходимость определенных личностных качеств, проявление которых деловыми партнерами обусловило бы успешность отношений. Цели же в обоих видах партнерских отношений остаются сходными — преумножение ресурсов. Эти виды партнерства были нами обозначены, соответственно, как экономико-ориентированное и личностно-ориентированное партнерство.

В определениях респондентов-женщин чаще фигурировали (62,1%) представления о партнерских отношениях, предпосылками успешности которых назывались личностные особенности деловых партнеров. Среди них для эффективной экономической деятельности подчеркивалась важность взаимопонимания, доверия, честности между партнерами, т. е. проявлялась ориентация на отношения с другими предпринимателями, обозначенные как личностно-ориентированное партнерство. В группе предпринимателей-мужчин такое отношение к деловому партнерству было выявлено в 39,2% случаев. В большей мере им оказалось свойственно отношение к партнерству как источнику новых ресурсов, условию расширения бизнеса и преумножения вложенных средств (53,1%; $p = 0,018$), т. е. экономическому партнерству, ориентированному на распоряжение материальными и техническими ресурсами.

Следует отметить, что содержание конкурентных отношений в большей мере дифференцируется в сознании предпринимателей по целям взаимодействия, а партнерских — по средствам и мотивации к этому взаимодействию.

Приведенные на рисунке 1 данные в процентах характеризуют доли респондентов-предпринимателей мужчин и женщин (в процентах к числу опрошенных представителей данных групп), в ответах которых были зафиксированы ориентации на выделенные нами виды партнерства и конкуренции.

Сравнительный анализ мотивации конкуренции и партнерства у предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин

Сравнение оценок респондентов мужчин и женщин выявило, что респонденты-мужчины оценивают мотивацию предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к конкурентным отношениям

как сходную. Респонденты-женщины более дифференцированно оценивают мотивацию участия предпринимателей мужчин и женщин в конкуренции, которая, по их мнению, различна. В представлениях респондентов-мужчин и предприниматели-мужчины, и предприниматели-женщины мотивированы деньгами, материальными ресурсами и независимостью. Отличаются же они тем, что мужчины стремятся к приобретению ресурсов для новых проектов, а женщины — к признанию в обществе. Согласно представлениям респондентов-женщин, предприниматели-женщины на участие в конкуренции мотивированы стремлением к признанию в обществе и ростом авторитета в предпринимательском сообществе, в то время как предприниматели-мужчины — независимостью и возможностями реализовать новые проекты. Результаты приведены в таблице 1, где представлены мотивы, которые чаще при оценивании занимали первые три позиции.

Наиболее важные мотивы конкуренции, свойственные предпринимателям-мужчинам, респонденты из обеих групп оценивают сходным образом. Это независимость, деньги и другие материальные ресурсы, возможность реализовать свои проекты. Относительно привлекательности самого процесса соревнования отметим, что, не-

Таблица 1

Сравнительная характеристика отношения респондентов из разных гендерных групп к мотивации конкуренции, свойственной предпринимателям-мужчинам и предпринимателям-женщинам

	Мотивы, свойственные предпринимателям-мужчинам	Частота, в %	Мотивы, свойственные предпринимателям-женщинам	Частота, в %
Респонденты-мужчины	Деньги и другие материальные ресурсы	63	Независимость	67
	Независимость	41	Деньги и другие материальные ресурсы	59
	Возможность реализовать новые проекты	33	Признание в обществе	44
Респонденты-женщины	Независимость	89	Деньги и другие материальные ресурсы	63
	Деньги и другие материальные ресурсы	63	Признание в обществе	33
	Возможность реализовать новые проекты	22	Авторитет среди предпринимателей	33

смотря на то что этот мотив не вошел в первую тройку, тем не менее респонденты-женщины полагают, что процесс соревнования привлекает скорее мужчин, чем женщин ($p = 0,04$), сами же респонденты-мужчины этого мнения не разделяют.

В оценках мотивов конкуренции, свойственных предпринимателям-женщинам, обнаружилось более существенные различия. В представлениях респондентов-мужчин наиболее важным мотивом конкуренции для предпринимателей-женщин является достижение независимости. По их мнению, получить через конкуренцию независимость гораздо более значимо для предпринимателей-женщин, чем для предпринимателей-мужчин ($p = 0,032$). При этом в оценках респондентов-женщин этот мотив даже не вошел в тройку наиболее значимых. В качестве одного из наиболее значимых мотивов конкуренции женщины-предприниматели называют достижение авторитета в предпринимательской среде. Сходным для обеих групп респондентов оказалось мнение о том, что предпринимателям-женщинам важнее, чем предпринимателям-мужчинам, получить через конкуренцию признание в обществе.

Обобщая результаты сравнительного анализа, отметим, что наиболее значимым мотивом конкуренции в предпринимательской среде является обеспечение деньгами и материальными ресурсами. На этот мотив в качестве одного из трех ведущих указали респонденты из обеих групп. Различия проявляются в том, что мотивация предпринимателей-женщин характеризуется сравнительно большей выраженностью мотивов получения признания в обществе и авторитета среди предпринимателей, а у предпринимателей-мужчин – независимости и возможности реализовать новые проекты.

Для выявления мотивации делового партнерства нами было изучено мнение респондентов относительно разного рода возможностей, предоставляемых партнерскими отношениями предпринимателям разного пола. Как уже отмечалось в разделе «Методика», в качестве возможных альтернатив предлагались варианты социально-экономических и личностных ресурсов, которые были определены на предварительном этапе исследования.

Характеризуя социально-экономические и личностные ресурсы, предоставляемые участием в деловом партнерстве предпринимателью-женщине, почти половина респондентов называли уверенность в завтрашнем дне, а более одной трети – получение ресурсов для новых проектов. В отношении мотивации предпринимателей-мужчин к партнерству представления респондентов оказались следующими: 65% из них полагают, что основным мотивом является получе-

ние ресурсов для новых проектов; 43% – что это уверенность в завтрашнем дне; 41% – что срабатывает принцип «одна голова хорошо, а две лучше» (таблица 2).

Таблица 2

Сравнительная характеристика отношения респондентов к мотивации партнерских отношений предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин

Мотивы	Частота оценивания как актуальных для предпринимателей-мужчин, в %	Частота оценивания как актуальных для предпринимателей-женщин, в %
Ресурсы для новых проектов	65	35
Уверенность в завтрашнем дне	43	48
Больше проблем, чем преимуществ	28	28
Одна голова хорошо, а две – лучше	41	26
Чувство локтя и опору рядом	19	22

При сравнении мотивации к партнерству в деятельности предпринимателей выявлено следующее. Во-первых, наиболее распространенным мотивом установления и поддержания партнерских отношений в деятельности предпринимателей-мужчин является получение деловыми партнерами ресурсов, необходимых для новых проектов (это, в частности, согласуется с изложенными выше результатами о склонности мужчин к экономико-ориентированному партнерству); в предпринимательской же деятельности женщин партнерство связывается с возможностью обеспечить себе безопасное будущее. Во-вторых, партнерство, по мнению респондентов, обеспечивает женщинам ресурсы для новых проектов в гораздо меньшей степени, чем предпринимателям-мужчинам, в том числе и в отношении привлекательности безопасного будущего. При этом считается, что обеспечение необходимых ресурсов является одной из основных ролей партнерства в экономических отношениях вообще и в предпринимательской деятельности в частности. Отметим, что такие представления в равной мере свойственны и мужчинам, и женщинам, занятым в сфере малого и среднего бизнеса (различия между мужской и женской выборкой статистически незначимы).

Вместе с тем при сравнении мотивации к партнерству были выявлены оценки, по которым взгляды предпринимателей-мужчин и пред-

принимателей-женщин расходятся весьма существенно. Во-первых, женщины в 6 раз чаще, чем мужчины, указывают на то, что смысл построения партнерских отношений для них состоит в «объединении голов», т.е. в совместной работе как таковой. Предприниматели-мужчины так не считают. Во-вторых, женщины в 9 раз чаще полагают, что партнерство мужчин в предпринимательстве обусловлено тем, что оно предоставляет им опору, «чувство локтя». По оценкам же самих мужчин, такая мотивация к партнерству им не свойственна.

Итак, предприниматели-мужчины в большей степени, чем предприниматели-женщины, ориентированы на умножение ресурсов, необходимых для реализации новых проектов. Предприниматели-женщины более тяготеют к лично-ориентированному партнерству, отношения в рамках которого более эмоциональны и основаны на межличностных контактах. Вместе с тем, по мнению респондентов-женщин, в своих обыденных представлениях предприниматели-женщины, определяя отношение к партнерству у предпринимателей-мужчин, проецируют на его оценку свое отношение к данному феномену. Это, в свою очередь, может негативно отражаться на достижении взаимопонимания между деловыми партнерами – мужчинами и женщинами.

Отношение предпринимателей мужчин и женщин к личностным характеристикам деловых партнеров и конкурентов

Завершая характеристику психологических отношений предпринимателей к своим коллегам, мужчинам и женщинам, обратимся к результатам изучения личностных качеств, проявление которых оценивалось респондентами у предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин при конкуренции и деловом партнерстве. На основании подсчета коэффициентов выраженности и амбивалентности оценивалось наличие стереотипов в отношении представителей этих двух групп.

Излагая полученные результаты, обратимся только к тем качествам, средний балл выраженности которых у мужчин и женщин составил либо более 2,5 баллов (это оценивалось нами как высокая степень выраженности качества, а само качество – как характерное для поведения представителей той или иной группы), либо менее 0,8 балла, что, соответственно, считалось низкой степенью выраженности качества, а само оно – как несвойственное представителям оцениваемой группы.

В ходе проведенного анализа первичных данных были выявлены отличия в отношении мужчин и женщин к личностным особенностям деловых партнеров и конкурентов разного пола. В целом у респондентов-мужчин отношение к деловым партнерам как мужчинам, так и женщинам амбивалентно. Оно характеризуется одновременно и позитивными, и негативными чертами. Кроме того, весьма существенно различаются ($p=0,009$) представления о наиболее выраженных личностных особенностях партнеров-мужчин и партнеров-женщин.

Респонденты-мужчины считают, что мужчина в партнерских отношениях энергичен, находчив, инициативен, пунктуален, склонен к риску, кроме того, он не ведет себя как выскочка и не проявляет лицемерия (см. таблицу 3). В то время как женщины, по их мнению, в партнерских отношениях тактичны и умеют приспосабливаться. Они также считают, что деловые партнеры, мужчины и женщины,

Таблица 3
Оценки личностных качеств,
проявляемых в отношениях делового партнерства
предпринимателями разных половых групп (в баллах)

	Оценка личностных качеств деловых партнеров-мужчин	Средний балл	Оценка личностных качеств деловых партнеров-женщин	Средний балл
Респонденты-мужчины	энергичность	2,65	тактичность	2,48
	находчивость	2,59	умеют приспосабливаться	2,44
	инициативность	2,56	–	–
	пунктуальность	2,52	–	–
	склонность к риску	2,52	–	–
	ведут себя, как выскочки	~0,2	–	–
	проявляют лицемерия	~0,1	–	–
Респонденты-женщины	энергичность	2,82	энергичность	2,73
	пунктуальность	2,58	тактичность	2,69
	инициативность	2,52	инициативность	2,63
	–	–	пунктуальность	2,62
	–	–	умеют приспосабливаться	2,58
	–	–	ведут себя, как выскочки	~0,1

характеризуются разными личностными чертами: не выявлено общих черт, которые указывали бы на сходство их поведения в партнерских отношениях.

Несмотря на выявленную нами ранее меньшую предрасположенность мужчин к деловому партнерству с женщинами, в сознании респондентов-мужчин это не связано с наличием каких-либо негативных качеств у предпринимателей-женщин, которые бы последние проявляли в партнерских отношениях.

Респонденты-женщины также дают разные оценки личностных характеристик деловых партнеров из обеих групп, но эти различия менее существенны ($p=0,05$), кроме того, по ряду характеристик мужчины и женщины в партнерских отношениях, по мнению респондентов-женщин, похожи, что проявилось в сходстве личностных характеристик (таблица 4). Так, по их мнению, женщина в отношениях с партнерами по бизнесу проявляет себя как человек энергичный, тактичный, инициативный, пунктуальный, она умеет приспосабливаться и не ведет себя как выскочка. Мужчина же, по мнению женщин, в партнерских отношениях энергичен, пунктуален и инициативен. Специфическими ингрупповыми характеристиками в отношениях партнерства для мужчин стали находчивость, склонность к риску, отсутствие лицемерия, а также то, что они не ведут себя как выскочки. Среди ингрупповых характеристик женщин выделяются тактичность и умение приспосабливаться в партнерстве (это отмечают и респондентами-мужчинами). Кроме того, женщины отмечают, что они не ведут себя как выскочки.

При подсчете коэффициентов амбивалентности и выраженности было выявлено, что представления предпринимателей-мужчин характеризуются наличием позитивных стереотипов: мужчины – деловые партнеры оцениваются ими более положительно, чем женщины ($p=0,0003$). В целом коэффициенты выраженности и амбивалентности в группе женщин указали на отсутствие эффекта стереотипизации отношения к деловым партнерам, мужчинам и женщинам, что свидетельствует о большем влиянии ситуативных факторов на оценку личностных черт деловых партнеров.

Далее мы сравнили отношение респондентов к предпринимателям-конкурентам как мужчинам, так и женщинам. В целом оценки предпринимателей-конкурентов хотя и оказались у мужчин и женщин отличающимися, но они более или менее определены, сформированы и преимущественно положительные. Так, сравнение оценок по коэффициенту выраженности показало наличие двух основных тенденций в отношении предпринимателей к своим конкурентам. Во-пер-

Таблица 4

Оценка личностных качеств, проявляемых в отношениях конкуренции предпринимателями из разных гендерных групп (в баллах)

Респонденты	Оценка личностных качеств конкурентов-мужчин	Средний балл	Оценка личностных качеств конкурентов-женщин	Средний балл
Мужчины	склонность к риску	2,74	обладают чувством собственного достоинства	2,56
	смелость	2,7	энергичность	2,52
	настойчивость	2,7	грубость	0,56
	обладают чувством собственного достоинства	2,7	–	–
	энергичность	2,67	–	–
	находчивость	2,67	–	–
	инициативность	2,59	–	–
	ведут себя, как выскочки	0,2	–	–
завистливость	0,1	–	–	
Женщины	энергичность	2,81	энергичность	2,81
	обладают чувством собственного достоинства	2,81	находчивость	2,72
	смелость	2,81	обладают чувством собственного достоинства	2,67
	настойчивость	2,77	инициативность	2,67
	склонность к риску	2,65	настойчивость	2,5
	инициативность	2,52	грубость	0,65
	–	–	ведут себя, как выскочки	0,1

вых, и у мужчин, и у женщин присутствует стереотипный эффект, который заключается в том, что уровень выраженности позитивных и негативных качеств у их конкурентов оценивается респондентами контрастно – с уклоном в какую-либо одну сторону. В полученных нами данных имеют место только положительные стереотипы. Предприниматели-мужчины при этом считают, что у конкурентов-мужчин проявляется больше положительных качеств, чем у конкурентов-женщин (таблица 4).

Предприниматели-женщины, подтверждая значимость характера взаимоотношений с другими участниками бизнеса, считают,

что у конкурентов-женщин положительные качества более выражены, чем у конкурентов-мужчин, хотя мужчины в качестве конкурентов также оцениваются ими положительно. При этом отметим, что у предпринимателей-женщин перевес оценок в сторону увеличения доли положительных характеристик, т. е. собственно стереотипный эффект, выражен гораздо больше, чем у мужчин (у мужчин $max=0,27$, а у женщин $max=0,6$, т. е. более чем в 2 раза).

В то же время в свете ранее полученных нами данных о негативном отношении к конкуренции с женщиной (Журавлев, Позняков, Титова, 2008; Титова, 2007), можно было бы ожидать более негативного портрета конкурентов-женщин, но этого, как и в отношениях мужчин к деловым партнерам-женщинам, не наблюдается. Возможно, это объясняется тем, что оценка субъективного предпочтения конкуренции с предпринимателями того или иного пола обусловлена влиянием социальных стереотипов, природа которых выходит за пределы предпринимательской деятельности. В то время как оценка выраженности личностных характеристик осуществляется, во-первых, в контексте предпринимательской деятельности, а во-вторых, более дифференцирована, что требует от респондента определенной рефлексии своего отношения к объекту оценки.

Респонденты из обеих групп предпринимателей (см. таблицу 4) оценили конкурентов-мужчин как смелых, склонных к риску, настойчивых, энергичных, обладающих чувством собственного достоинства и инициативных. Конкуренты-женщины были охарактеризованы респондентами обеих групп как энергичные, обладающие чувством собственного достоинства и не допускающие грубости. Специфичными для отношений конкуренции ингрупповыми характеристиками у мужчин являются находчивость, отсутствие завистливости и то, что в конкуренции мужчины не ведут себя как выскочки. Ингрупповыми характеристиками женщин в отношениях конкуренции стали находчивость, инициативность и настойчивость, а также то, что женщины не ведут себя как выскочки.

Таким образом, изучение стереотипов в отношениях предпринимателей мужчин и женщин с конкурентами и деловыми партнерами выявило, что в обеих группах более сформированы и согласованы представления о конкурентах, чем о деловых партнерах. В то же время имеющиеся у предпринимателей стереотипы по поводу конкурентов позитивно окрашены, негативных оценок личностных черт конкурентов, мужчин и женщин, встречается очень мало. Данный результат, с одной стороны, расходится с мнениями предпринимателей-женщин о преобладающем негативном отношении к ним со сто-

роны предпринимателей-мужчин, а с другой — доказывает, что отношения конкуренции в предпринимательской среде являются нормой в отличие от таковых в других сферах, например, среди работников по найму и в межличностных отношениях.

Заключение

Результаты нашего исследования показывают, что для предпринимателей-мужчин более характерно отношение к конкуренции как к соревнованию с другими предпринимателями за личные достижения, а для предпринимателей-женщин — как к конкуренции за экономические ресурсы.

Предпринимателям-мужчинам в большей степени свойственно отношение к деловому партнерству как к экономико-ориентированному. Предприниматели-мужчины в большей степени, чем предприниматели-женщины, ориентированы на умножение ресурсов, необходимых для реализации новых проектов. Предприниматели-женщины в большей степени, чем предприниматели-мужчины, склонны к личностно-ориентированному партнерству, отношения в рамках которого более эмоциональны и основаны на межличностных контактах.

Предприниматели-мужчины оценивают мотивацию предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к конкурентным отношениям сходным образом, а для предпринимателей-женщин характерна более дифференцированная оценка мотивации предпринимателей к участию в конкуренции, по их мнению, мотивация мужчин и женщин к конкуренции различна.

Мотивация конкуренции предпринимателей-женщин характеризуется сравнительно большей выраженностью мотивов получения признания в обществе и авторитета среди предпринимателей, а мотивация конкуренции предпринимателей-мужчин характеризуется сравнительно большей выраженностью мотивов независимости и возможности реализовать новые проекты.

В деловом партнерстве независимо от своего пола предприниматели оценивают личностные качества других участников делового взаимодействия дифференцированно, учитывая, является ли объект психологического отношения мужчиной или женщиной, а также вид взаимодействия с ним (конкуренция или партнерство). Более позитивно предприниматели-мужчины и предприниматели-женщины характеризуют конкурентов из своей группы по сравнению с конкурентами из другой группы. В партнерских отношениях предприниматели-мужчины в отличие от предпринимателей-женщин более

дифференцированно оценивают личные качества своих партнеров по бизнесу в зависимости от того, являются ли оцениваемые субъекты мужчинами или женщинами.

Отношение предпринимателей-женщин к деловому взаимодействию определяется в большей степени характером взаимодействия в экономической деятельности, а отношение предпринимателей-мужчин — полом его субъектов.

Глава 18

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ОТВЕТСТВЕННОГО ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ДРУГИМ УЧАСТНИКАМ ДЕЛОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ¹

Актуальность исследования

Научный интерес к изучению ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия обусловлен наличием ряда нерешенных в современной социальной практике и психологической теории проблем. Отношения с другими людьми наряду с социально-экономическими условиями и финансовыми возможностями воспринимаются предпринимателями в качестве необходимого ресурса для успешного функционирования и развития бизнеса. Надежные деловые связи дают современному предпринимателю возможность быстро ориентироваться в ситуации и в кратчайшие сроки принимать наиболее выгодное решение. В связи с этим предприниматели уделяют большое внимание установлению долгосрочных взаимовыгодных отношений, которые позволяют в критический момент оказаться более гибким и успешным по сравнению с конкурентами. Особую ценность в данных обстоятельствах приобретает готовность предпринимателей как активных участников экономической жизни принимать на себя ответственность за создание и поддержание качественных отношений в рамках делового взаимодействия. Вместе с тем в современной социальной психологии практически отсутствуют исследования ответственного отношения в деловом взаимодействии. Несмотря на то, что «взаимодействие» является центральной категорией социальной психологии, на сегодняшний день психологические аспекты делового взаимодействия в рамках экономической деятельности эмпирически исследованы фрагментарно. В частности, в науке нет единства в понимании сущности ответственного отношения к другим участникам делового взаимодействия. Изучение психологической природы ответствен-

¹ Глава написана совместно с Е. А. Никуло (Груздевой).

ного отношения и социально-психологических факторов его проявления в деловом взаимодействии является актуальной научной проблемой.

Теоретические подходы к определению ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия

Термин «ответственность» обычно используют, имея в виду совокупность психологических усилий личности, направленных на то, чтобы обеспечить соответствие объекта ответственности определенным критериям качества. Говоря об ответственном человеке, чаще всего имеют в виду его надежность и способность следовать правилам, нормам, а также обеспечить выполнение деятельности на определенном уровне. Нести ответственность в классическом понимании — значит планировать, проверять, обеспечивать качество, иметь дело с последствиями, отчитываться и испытывать вину. В связи с этим в житейском понимании ответственность рассматривают как тяжесть и бремя, необходимое для существования в рамках общественных норм. Современные научные представления характеризуются более глубоким пониманием сущности ответственности. С точки зрения современной психологии ответственность — это необходимый механизм эффективного взаимодействия с жизненными обстоятельствами, позволяющий оптимально сочетать условия ситуации и свои возможности. Ответственность представляет собой мощный внутренний ресурс для сознательного управления событиями и условиями жизни, взгляда на себя как на источник собственных обстоятельств, отношения к себе как к тому, кто сознательно организует и направляет осуществление жизненно важных ценностей.

Анализируя существующие в современной науке подходы к пониманию ответственности, мы заметили ряд особенностей, отличающих ответственное отношение к реализуемой деятельности от отношения к людям, с которыми эта деятельность сопряжена. Несмотря на то, что в исследованиях профессиональной ответственности наибольшую значимость в описании имеют понятия, определяющие отношение к труду и предмету труда, а также социально-этическую сферу личности: дисциплинированность, честность, добросовестность, обязательность, в числе важных всегда упоминаются специфические характеристики ответственности, отражающие отношение к другим людям. В работе В. А. Бодрова и А. Г. Луценко (1991) речь идет об от-

ветственности по отношению к другим людям как особой структурной единице. *Профессиональная ответственность* рассматривается авторами как свойство личности, отражающее отношение субъекта труда к его содержанию и результатам, к другим субъектам и самому себе в процессе труда. Характер этого отношения обуславливается необходимостью четкого и полного выполнения (соблюдения) профессиональных требований, а также готовностью специалиста предоставить отчет о полученных результатах.

Авторами выделены четыре группы качеств, характеризующих категорию ответственности, среди которых ключевое место занимает группа качеств, отражающая ответственное отношение к другим людям. Первая группа включила характеристики, отражающие отношение личности к труду (трудолюбие, добросовестность, активность и др.), коллективу (доброта, отзывчивость, требовательность, тактичность, обязательность, принципиальность и др.), к себе в процессе деятельности (самокритичность, уверенность, самоконтроль, аккуратность и др.). Вторая объединила черты характера: моральные (честность, обязательность, порядочность, справедливость и т. д.), волевые (настойчивость, решительность, находчивость и др.), эмоциональные (спокойствие, смелость, устойчивость, тревожность и др.). Третья группа представляет собой профессиональные качества (знания, навыки, опыт, умения, эрудиция). В четвертую группу вошли интегральные свойства личности и индивида (здоровье, работоспособность, интеллект и др.).

Несмотря на то, что в исследованиях профессиональной ответственности наибольшую значимость в описании имеют понятия, отражающие отношение к труду и предмету труда, а также отражающие социально-этическую сферу личности: дисциплинированность, честность, добросовестность, обязательность, в числе важных всегда упоминаются специфические характеристики ответственности, отражающие отношение к другим людям. Во многом эта сторона ответственности раскрывалась в работах, посвященных исследованию ответственности в социальных группах (см.: Дорофеева, 1994; Муздыбаев, 2010; Сушков, 2008; и др.). В рамках исследования психологии совместной деятельности объектами ответственности выступают различные параметры общей для участников группы деятельности. Измерение здесь осуществляется, исходя из понимания необходимости и готовности принимать на себя и нести ответственность за добросовестное выполнение своих профессиональных обязанностей, за общий результат и за других участников группы, а также за характеристики отношений в группе.

Отдельно рассматривается ответственное отношение к другим людям в работе Е. Д. Дорофеева, где предлагается ввести дополнительный вектор развития ответственности — индивидуальной ответственности за все большее количество людей (Дорофеев, 1994). В структуре работ, посвященных изучению различных сторон делового взаимодействия, нередко фигурирует понимание ответственности как регулирующего принципа отношений. В исследовании И. Р. Сушкова способ распределения ответственности между группами выступает как один из факторов оценки справедливости межгруппового обмена (Сушков, 2008). Результаты исследования автора демонстрируют повышение чувствительности к состоянию взаимоотношений социальных групп в ситуациях неявного неопределенного распределения ответственности. Среди требований к своей и другой группе в условиях неопределенности при распределении ответственности на первый план выходят самостоятельность, умение планировать, большая согласованность, открытость действий, искренность поступков и слов.

Именно эти эмпирические результаты легли в основу наших концептуальных представлений о содержании ответственного отношения в структуре делового взаимодействия. На наш взгляд, сущность ответственного отношения к другим участникам делового взаимодействия составляет принятие необходимости держать ответ за «отношенческие» характеристики делового взаимодействия с ними.

Под объектами ответственности, т. е. тем, за что надо отвечать, в данном случае подразумеваются составляющие процесса и результата конкретного вида деятельности (Дементий, 2005; Муздыбаев, 2010; Муконина, 2002). В деловом взаимодействии сфера ответственности его участников включает различные компоненты экономической активности. В нашем исследовании мы рассматриваем такой контекст принятия ответственности, при котором в качестве объекта выступают составляющие самого делового взаимодействия, качественные характеристики отношений между его участниками. Именно это, на наш взгляд, позволяет раскрыть сущность такого важного качества делового взаимодействия, как ответственное отношение одного из участников этого процесса к другому.

Данное исследование, выполненное под нашим руководством совместно с Е. А. Никуло (Груздевой), продолжает традиции исследования социальной психологии российского предпринимательства, сложившиеся в Институте психологии РАН (Журавлёв, Позняков, 1993, 1994, 1995, 2012; Журавлёв, Позняков, Дорофеев, 1999; Позняков,

1992, 2001; и др.) и развивающие экономическую психологию как отрасль психологической науки (Журавлёв, Позняков, 2004; Позняков, 2004). В рамках этого направления в последние годы интенсивно исследуются социально-психологические факторы делового взаимодействия в предпринимательской среде (Вавакина, 2011; Журавлёв, Позняков, Титова, 2008; Журавлёв, Позняков, Вавакина, 2017; Никуло (Груздева), 2013; Позняков, Титова, 2002, 2005, 2014; Позняков, Вавакина, 2009, 2011, 2016; Позняков, Груздева, 2013; Позняков, Никуло, 2016; Титова, 2007; и др.). Теоретической основой нашего исследования выступают положения концепции психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности (Позняков, 2000, 2012; и др.) и ресурсно-ценностного подхода к анализу делового взаимодействия (Позняков, Вавакина, 2013, 2014; и др.). Теоретический анализ и обобщение результатов эмпирических исследований в области ответственности и делового взаимодействия позволили нам сформулировать определение ответственного отношения к другим участникам делового взаимодействия и обозначить структурные элементы, раскрывающие его содержание. Ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия — это комплекс эмоционально окрашенных представлений и оценок, характеризующихся разной степенью поведенческой готовности и выражающих позицию личности относительно необходимости держать ответ за качественные характеристики отношений в деловом взаимодействии. Принятие ответственности за качественные характеристики отношений отражается в степени выраженности «ориентации на сотрудничество», «ориентации на понимание другого участника делового взаимодействия», «ориентации на толерантное, терпимое отношение к иным взглядам и мнениям» и «ориентации на ограничение доминирования в деловом взаимодействии» (Позняков, Груздева, 2013).

Данное распределение согласуется с рядом подходов к пониманию ответственности во взаимодействии с другими людьми. Например, такие характеристики, как ориентация на других, чуткость, экстраверсия, готовность к кооперации, сотрудничеству, доброжелательность, заботливость, в некоторых исследованиях выступают структурными элементами ответственности (Бодров, Луценко, 1991; Дорофеев, 1994), в других выступают как факторы, влияющие на ответственность (Latane, Darley, 1968, 1970; Berkowitz, 1972; Staub, 1974) или рассматриваются в качестве критерия, необходимого для развития ответственности (Пиаже, 2006). Опираясь на сформулированные концептуальные представления, мы делаем вывод о том, что ответст-

венное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия входит в структуру и является отдельным видом психологических отношений.

Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия

Широкий спектр исследований посвящен поиску и анализу детерминант ответственного поведения в рамках взаимодействия с другими людьми. Среди таких факторов часто выделяют взаимозависимость, социальные и групповые нормы, определенные индивидуально-личностные характеристики. Наше исследование сфокусировано на изучении ответственности как отношения к другим людям в контексте делового взаимодействия. Для определения возможных психологических механизмов ответственного отношения мы обращались к различным сторонам понимания ответственности и анализу психологических отношений.

Так, теория социального взаимодействия подчеркивает взаимный характер изменений психологических характеристик его субъектов в процессе совместной деятельности (Позняков, Вавакина, 2014). Это соотносится с представлениями о динамическом, временном характере психологических отношений личности в рамках концепции психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности в изменяющихся социально-экономических условиях. Временной, динамический характер психологических отношений личности проявляется в том, что актуальное отношение субъекта к объекту отношения взаимосвязано с ретроспективной оценкой объекта и прогнозом его изменения в будущем (Позняков, 2012, с. 14).

Соотнося эти представления с рассматриваемым в рамках исследования развитием ответственности временным вектором, необходимо учитывать, что существует «ответственность не только за прошлое, но и за будущее. В переходе ответственности от ретроспективного плана к перспективному как раз и проявляется прогрессивная тенденция ее эволюции» (Муздыбаев, 2010, с. 14). В этой связи мы предположили, что в ряду социально-психологических факторов ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия, располагаются оценки прошлого опыта взаимодействия, его актуальных характеристик и ожиданий будущих изменений.

Вместе с тем основа ответственного отношения к другому, очевидно, лежит не только в прогнозируемых благоприятных перспективах, но и во внутренних предпосылках направленности на жизненно важные социальные ориентиры. Данное положение предполагает, что, кроме обозначаемых факторов ответственного отношения, во взаимодействии с другими людьми существуют более глубокие детерминанты, вероятно, связанные с системой ценностных ориентаций личности. Одной из гипотез нашего исследования выступило предположение о том, что ценностные ориентации обуславливают уровень ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия.

Исходя из представленных результатов теоретического анализа проблемы, была сформулирована цель эмпирического исследования – выявление и анализ социально-психологических факторов ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия. В качестве основной гипотезы выступило предположение о том, что уровень ответственного отношения к участникам делового взаимодействия определяется социально-психологическими факторами, к числу которых относятся оценка опыта делового взаимодействия (в частности, представления о прошлом опыте, актуальном состоянии и ожидаемых результатах), а также ценностные ориентации личности. В исследовании приняли участие предприниматели – владельцы малого бизнеса, мужчины и женщины в возрасте от 23 до 54 лет. Совокупный объем выборки исследования, выполненного в период с 2009 по 2013 г., составил 203 человека. Исследование ответственного отношения предпринимателей к представителям различных групп выполнено на выборке 57 человек. Выборка исследования разнородна по своему возрасту, образовательному уровню, стажу и сферам предпринимательской деятельности.

Методика изучения ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия

Ввиду отсутствия специальных исследований ответственного отношения в рамках делового взаимодействия нами был разработан соответствующий методический инструментарий, позволяющий оценить уровень ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия.

Разработка методического инструментария включила формулировку концептуальных представлений о структуре и содержательных

элементах ответственного отношении предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия. Для определения содержания ответственного отношения к другим участникам делового взаимодействия нами было проведено пилотажное исследование. Для уточнения представлений предпринимателей об ответственном отношении мы задавали открытый вопрос: «Продолжите, пожалуйста, предложения:

- Когда я отношусь к другим людям ответственно я...;
- Ответственно относиться к другому в деловом взаимодействии — это значит...;
- Свою ответственность по отношению к другим людям я проявляю через...».

Мы определили, что в качестве объекта ответственного отношения к другому выступают качественные характеристики взаимодействия. На основании теоретического анализа и результатов пилотажного исследования нами выделены содержательные элементы, отражающие субъектно-субъектную сторону ответственного отношения. Полученные на первом этапе исследования данные позволяют также судить о минимальном и максимальном проявлении каждого аспекта. В итоге нами были выделены следующие характеристики, выступающие содержательными элементами ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия. Ориентация на кооперацию, сотрудничество: отношение к необходимости делиться информацией в деловом взаимодействии; отношение к необходимости прогнозировать последствия своих действий и действий участников делового взаимодействия для общего ответственного дела; отношение к совместному поиску новых путей более качественной реализации совместного дела; отношение к необходимости принимать ответственность за непредвиденные, не оговоренные заранее элементы ответственности. Ориентация на понимание других участников делового взаимодействия: отношение к необходимости учитывать потребности, интересы, ожидания участников делового взаимодействия; отношение к необходимости понимать эмоциональное состояние участников делового взаимодействия. Ориентация на терпимое отношение к иным взглядам и мнениям: отношение к совершению ошибок участниками делового взаимодействия; отношение к использованию отличных от собственных способов реализации ответственности. Ориентация на ограничение доминирования: отношение к контролю за действиями участников делового взаимодействия; отношение к оказанию помощи участникам делового взаимодействия.

Для исследования ответственного отношения в рамках делового взаимодействия нами был разработан соответствующий методический инструментарий, позволяющий оценить уровень ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия. Анкета содержит десять шкал, отражающих элементы ответственного отношения, соответствующие параметрам качественных характеристик отношений в деловом взаимодействии. Каждый из элементов имеет свое отражение в структуре компонентов ответственного отношения (когнитивном, аффективном, поведенческом). Шкала для измерения каждого элемента ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия содержит три вопроса (отражающих когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты) и может принимать значения от 1 до 9 баллов. В целях исследования ответственного отношения к разным группам участников делового взаимодействия респондентам предлагалось выразить свою позицию по отношению к представителям семи различных групп (члены семьи, друзья, партнеры, наемные работники, клиенты, сотрудники кредитных организаций, конкуренты, представители государственных структур). Оценка характеристик делового взаимодействия происходила по семибалльной шкале. Респондентам было предложено оценить степень присутствия каждой характеристики во взаимодействии с разными группами других его участников. Текст авторского вопросника представлен в приложении 5. На этапе проверки валидности данного методического инструмента нами были использованы адекватные данной задаче статистические процедуры. Для проверки надежности выделенных шкал был использован коэффициент α Кронбаха, значения которого не позволяют претендовать на разработку универсального инструмента измерения, но позволяют судить о достаточной степени надежности измерителя (приложение 3). В той же степени можно судить о надежности инструмента по результатам анализа конкурентной валидности, а именно значений коэффициентов корреляции (коэффициент корреляции Спирмена) шкал ответственного отношения с показателями уровня субъективного контроля.

Для уточнения структуры ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия в ходе исследования был проведен факторный анализ по методу главных компонент (вращение varimax) и получена четырехфакторная структура.

Первый фактор — «прогнозирование», в него входят следующие элементы ответственного отношения: отношение к прогнозированию

своих действий и действий другого участника в деловом взаимодействии, понимание мотивов и эмоций в деловом взаимодействии. Элементы устойчиво взаимосвязаны и отражают ориентацию на прогнозирование последствий своих действий и действий другого для себя, другого и общего дела на основании понимания мотивов и эмоций.

Второй фактор – «автономность, самостоятельность» – объединил в себе два элемента «отношение к ошибкам» и «отношение к контролю» в деловом взаимодействии других его участников. Данный фактор отражает отношение к своей самостоятельности и принятие самостоятельности, права на ошибку другого участника делового взаимодействия

Третий фактор – «инновационность» – объединяет в себе отношение к различным способам реализации ответственности; отношение к непредвиденным элементам ответственности; отношение к совместному поиску новых путей более качественной реализации общего ответственного дела. На наш взгляд, все три элемента отражают позицию в ситуации неопределенности, неявно распределенной ответственности. Принятие возможности использования отличных от своих способов реализации ответственности, принятие на себя ответственности в случае возникновения трудностей и готовность не только совместно искать дополнительные пути, возможности для более эффективной реализации общего ответственного дела и проявлять инициативу в привлечении другого участника делового взаимодействия для совместного поиска.

Четвертый фактор – «открытость, прозрачность» – включает в себя отношение к потребностям, интересам, ожиданиям другого участника делового взаимодействия, отношение к обмену информацией, отношение к оказанию помощи. Взаимосвязь элементов позволяет интерпретировать фактор как раскрывающий принятие необходимости прояснять и учитывать интересы других, ориентацию на постоянный открытый обмен информацией и понимание необходимости не просто оказывать помощь, но в процессе взаимодействия согласовывать ее оказание другому участнику.

Факторный анализ отражает выделенные блоки структурных элементов ответственного отношения. Проведение данной процедуры позволило нам уточнить структуру и содержание изучаемого феномена, а также использовать полученные данные для анализа результатов эмпирического исследования.

Результаты исследования.

Ответственное отношение предпринимателей к представителям различных социальных групп

В рамках нашего исследования, проводившегося в период с 2009 по 2012 г., респондентам предлагалось оценить свое отношение к представителям различных социальных групп – участникам делового взаимодействия: наемным работникам, партнерам и заказчикам, членам семьи и друзьям, участвующим в бизнесе предпринимателя, сотрудникам кредитных организаций, сотрудникам государственных служб. В результате исследования было установлено, что ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия, представителям различных социальных групп определяется различными содержательными составляющими этого взаимодействия. Анализ особенностей ответственного отношения предпринимателей в соотношении с оценками прошлого опыта взаимодействия с другими его участниками выявил, что положительный опыт, по данным нашего исследования, имеет большее значение, нежели отрицательный (таблица 1). Негативный опыт взаимодействия, заключающийся в нарушении договоренностей, обязательств, взаимосвязан с изменением ответственного отношения только к представителям трех групп: членам семьи и друзьям, задействованным в бизнесе предпринимателя (–0,32), сотрудникам кредитных организаций (–0,53), сотрудникам государственных служб (–0,50). Наряду с этим позитивный опыт взаимодействия (взаимное выполнение обязательств и договоренностей) взаимосвязан с повышением ответственного отношения к членам семьи и друзьям, задействованным в бизнесе предпринимателя (0,76), партнерам (0,49), наемным работникам (0,43) и конкурентам (0,47). Во взаимодействии с некоторыми группами предприниматели готовы «закрывать глаза» на наличие отрицательного опыта, опираясь в своем отношении исключительно на положительный опыт.

Во взаимодействии с наемными работниками наибольшее значение имеет оценка «сходства, общности взглядов, ценностей» (0,45), а также оценка «взаимной доброжелательности, поддержки, дружбы» (0,44). Взаимная доброжелательность, поддержка, дружба также связаны с ответственным отношением к членам семьи и друзьям, задействованным в бизнесе и к конкурентам. Ответственное отношение к партнерам в большей степени связано с оценкой взаимозависимости в решении деловых проблем и задач (0,48). Ответственное отношение к заказчикам, клиентам не связано с оценками актуальных характеристик делового взаимодействия.

Таблица 1

Связь ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия и оценки опыта взаимодействия с ними (коэффициенты корреляции по Спирмену; корреляция значима на уровне 0,01)

Характеристики делового взаимодействия	Члены семьи, друзья	Сотрудники кредитных организаций	Сотрудники государственных служб	Партнеры	Наемные работники	Конкуренты
Оценка негативного опыта взаимодействия	-0,32	-0,53	-0,51			
Оценка позитивного опыта взаимодействия	0,76			0,49	0,43	0,47
Сходство, общность взглядов, ценностей					0,45	
Взаимозависимость в решении деловых проблем и задач	0,50		0,36	0,48		0,74
Взаимная доброжелательность, поддержка, приязнь	0,61				0,44	0,34
Наличие долгосрочных перспектив деловых отношений	0,73					0,35
Наличие краткосрочных ответственных дел (сиюминутных ожидаемых результатов «здесь-и-сейчас»)						

Интересно, что выделились группы, ответственное отношение к которым у предпринимателей в меньшей степени связано с оценками опыта делового взаимодействия, что дает основание предполагать устойчивость данного вида отношения во взаимодействии с этими группами. Таково ответственное отношение предпринимателей к партнерам и заказчикам (клиентам). Ответственное отношение к «заказчикам» оказалось связано только с одной характеристикой – ожиданием краткосрочных перспектив делового взаимодействия (0,38). Ответственное отношение к членам семьи и друзьям, задействованным в бизнесе, и конкурентам связано с наличием долгосрочных перспектив деловых отношений.

Подобное распределение выявленных взаимосвязей, а также дифференцированные оценки ответственного отношения к представителям разных групп позволяют предположить присутствие дополнительного фактора при изменении уровня изучаемого явления. В поисках такового мы обратились к идее иерархии объектов ответственности. Деловое взаимодействие осуществляется предпринимателем с целью развития и поддержания собственного дела. В таком случае свой бизнес является наиболее важным объектом ответственности и, вероятно, ответственное отношение ко всем остальным объектам опосредуется им, т.е. ответственное отношение к различным участникам делового взаимодействия определяется их положением относительно бизнеса (степенью и характером влияния на состояние дел) предпринимателя и выполняемыми для него функциями.

Результаты исследования ценностных ориентаций предпринимателей с разным уровнем ответственного отношения к участникам делового взаимодействия

В настоящем исследовании анализировались связи оценок ценностных ориентаций и ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия. Ценностные ориентации предпринимателей исследовались с помощью методики диагностики внутреннего конфликта Е. Б. Фанталовой, основанной на подходе М. Рокича. Для исследования влияния ценностных ориентаций личности на уровень ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия была построена регрессионная модель. В результате проведенного анализа была подтверждена наша гипотеза о том, что ценностные ориентации обуславливают уровень ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия. Были выявлены ценностные ориентации которые вносят наиболее существенный вклад в показатель общего уровня ответственного отношения к участникам делового взаимодействия: «интересная работа», «любовь», «материально обеспеченная жизнь», «свобода и независимость в поступках и действиях» и «счастливая семейная жизнь».

Ответственное отношение к партнерам имеет положительную связь с ценностными ориентациями «творчество», «любовь», «свобода» (таблица 2). При интерпретации выявленных связей мы обратились к рассмотрению изменений, произошедших в современной бизнес-среде, а также к исследованиям социально-психологических характеристик предпринимателей. Увеличивающаяся потреб-

ность бизнеса быстро реагировать на изменения подразумевает возрастающую роль построения доверия как внутри бизнеса, так и вне его. Здесь особую роль для предпринимателей играют партнеры. Изменения, произошедшие в период ускорения внедрения инноваций, обмена информацией, развития электронных технологий, не могли не повлиять на характер партнерских отношений, так как в подобных условиях предприниматели больше не могут опираться только лишь на контроль и ответственность за бизнес-процессы. Основным конкурентным преимуществом со все большей очевидностью становится переработка и передача знаний, а также развитая сеть деловых контактов. Чем более открытой будет коммуникация, тем больше можно рассчитывать на безопасность и надежность созданных деловых отношений. Кроме того, для того чтобы представлять интерес для потенциальных партнеров, необходимо ориентироваться на активную инновационную деятельность и последующую передачу и трансформацию знаний и технологий. Эти условия, которые в той же мере можно назвать требованиями, не могли не сказаться на социально-психологических характеристиках субъектов, функционирующих в новой экономической реальности. Те предприниматели, в структуре ценностных ориентаций которых более выражена направленность на творчество, любовь и свободу, принимают на себя ответственность за «отношенческие» характеристики делового взаимодействия.

Ответственное отношение к наемным работникам положительно связано с ценностными ориентациями «творчество», «любовь», «счастливая семейная жизнь» и имеет отрицательную взаимосвязь с ценностной ориентацией «материально обеспеченная жизнь». Интерпретируя данные связи, обратим внимание на то, что в литературе, посвященной социальной психологии управления, все чаще основной управленческой единицей обозначается команда, а не отдельные сотрудники организации. Необходимость гибко реагировать на быстро изменяющиеся условия рынка требует от предпринимателя не только личного проявления инновационной активности, но и организации процесса творческого решения задач среди наемных работников. Успешность часто связывают со способностью предпринимателя как руководителя коллектива организовать творческую активность группы для поиска новых подходов и нестандартных решений. Таким образом, у ориентированных на творчество предпринимателей ответственность за создание конструктивных, гибких отношений с наемными работниками можно объяснить стремлением создать команду, которая своевременно и точно способна от-

вечать на изменяющиеся условия делового мира. Еще одним объяснением может служить высокий уровень организационного стресса и необходимость поиска путей совладания с ним на разных уровнях. Нарастающий темп изменений, высокий уровень риска, вынужденное повышение интенсивности деловых контактов связаны с высоким уровнем стресса в деловой среде. Наличие в системе ориентации на творчество, любовь может выступать в качестве ресурса и естественного социально-психологического механизма трансформации делового взаимодействия в сторону снижения стресса.

Таблица 2

Связи ценностных ориентаций и ответственного отношения предпринимателей к партнерам, наемным работникам и заказчикам (коэффициенты корреляции по Спирмену, уровень значимости 0,01)

Характеристики ответственного отношения	Творчество	Любовь	Свобода как независимость в поступках и действиях	Счастливая семейная жизнь	Материально-обеспеченная жизнь
Ответственное отношение предпринимателей к партнерам	0,49	0,43	0,47		
Ответственное отношение предпринимателей к наемным работникам	0,52	0,45		0,43	-0,37
Ответственное отношение предпринимателей к заказчикам	0,35	0,49			0,47

Ответственное отношение к заказчикам и клиентам имеет положительную взаимосвязь с ценностными ориентациями «любовь», «творчество» и «материально-обеспеченная жизнь». Все большую популярность приобретает стратегия постоянного контакта с клиентом. Предприниматели стремятся к созданию единого информационного пространства и установлению долгосрочных отношений, обеспечивающих лояльность даже в том случае, если клиент в настоящий момент не является экономически активным и прибыльным для данного конкретного предпринимателя. Заказчики и клиенты нередко привлекаются в качестве экспертов на различных стадиях реализа-

ции проектов. Предприниматели стремятся понять причины лояльности клиентов. И в этой погоне часто интересуются сферами жизни потенциальных заказчиков, не связанными непосредственно с бизнесом предпринимателя. Поддержание таких отношений и принятие ответственности за их содержательную сторону требует от предпринимателя серьезных мотивов, выходящих за пределы получения сиюминутной выгоды. Вместе с тем клиент приносит доход и поэтому совершенно логично, что более ответственно относятся к нему предприниматели, в структуре ценностных ориентаций которых сильнее выражена ориентация на материально-обеспеченную жизнь.

Обсуждение результатов

Интерпретируя выявленные взаимосвязи, мы обратились к положениям ресурсно-ценностного подхода к анализу делового взаимодействия, разрабатываемого в лаборатории социальной и экономической психологии ИП РАН (Позняков, Вавакина, 2014). Данный подход позволяет проанализировать психологические отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия с точки зрения выраженности объектно-ресурсной и субъектно-ценностной ориентации. Согласно данному подходу, существенными характеристиками взаимодействия между его участниками являются ценности и нормы, определяющие их позицию и ориентацию. При доминировании утилитарной, прагматической ориентации в деловом взаимодействии один из его участников рассматривается преимущественно как объект воздействия, а само деловое взаимодействие — как ресурс достижения выгоды, прибыли. Когда преобладающей является ценностно-нормативная или нравственная ориентация, этот участник рассматривается преимущественно как равный субъект взаимодействия, а само взаимодействие и складывающиеся в его результате взаимоотношения рассматриваются не только как инструмент достижения выгоды, но и как самостоятельная ценность.

Исследованные нами предприниматели в отношении группы заказчиков и клиентов в большей степени ориентированы на ресурсный подход, при котором ориентация на достижение утилитарных, прагматических целей, связанных с получением прибыли, сочетается с ориентацией на учет целей, интересов и ценностей заказчиков и клиентов, которые позволяют эту прибыль обеспечить. Отсутствие взаимосвязей с негативным опытом взаимодействия может указывать на готовность предпринимателей рисковать и продолжать взаимодействие даже с неблагонадежными клиентами. В отноше-

нии же партнеров предприниматели в большей степени ориентированы на ценностно-ориентированное взаимодействие, при котором субъектно-субъектное взаимодействие (общение, взаимоотношения) рассматривается как самостоятельная ценность, которая, в свою очередь, может выступать как один из ресурсов для решения деловых, прагматических задач. Партнеры и заказчики занимают особое место в структуре социальных связей, ответственное отношение к ним устойчиво, несмотря на различные оценки делового взаимодействия, отражающие временной континуум (прошлое, настоящее, будущее), и остается неизменным независимо от оценки прошлого опыта взаимодействия как негативного, а также несмотря на неудовлетворительные оценки актуального состояния взаимодействия. Наличие значимых взаимосвязей уровня ответственного отношения предпринимателей с оценками выраженности взаимной доброжелательности, поддержки, приязни в отношениях с членами семьи, друзьями, задействованными в бизнесе, наемными работниками и конкурентами позволяет утверждать, что в отношениях с представителями этих групп субъектно-ценностная ориентация в деловом взаимодействии выступает существенным фактором, определяющим уровень ответственного отношения.

Ответственно относятся к другим участникам делового взаимодействия предприниматели с более выраженной направленностью на ценности «любовь» и «творчество». Ответственное отношение к партнерам основано на высокой значимости свободы как ценности, к наемным работникам — на высокой значимости ценности счастливой семейной жизни. Ответственное отношение к заказчикам определяется направленностью на материально обеспеченную жизнь. Ответственное отношение к участникам делового взаимодействия определяется ценностными ориентациями, предполагающими активную позицию в межличностных отношениях и вносящими определенный вклад в личное развитие предпринимателя.

Ценностная ориентация на материально-обеспеченную жизнь отрицательно взаимосвязана с ответственным отношением к партнерам (на уровне тенденции) и наемным работникам, т. е. к тем группам участников делового взаимодействия, отношения с которыми косвенно, непрямо связаны с получением прибыли и предполагают построение долгосрочных деловых связей. В данном случае, вероятно, это ответ на изменение условий ведения бизнеса, требующих от предпринимателя немедленной ориентации в быстро изменяющихся условиях и в то же время долгосрочного стратегического планирования. В этой связи единственный способ приобрести гибкость — это брать

на себя ответственность за построение долгосрочных качественных деловых отношений. Тем не менее ценностная ориентация «материально-обеспеченная жизнь» неоднозначно (по результатам данного исследования — положительно) взаимосвязана с ответственным отношением к заказчикам, что, возможно, является следствием экономической роли данной группы в деловом взаимодействии.

Ценностные ориентации, отрицательно взаимосвязанные с ответственным отношением («материально обеспеченная жизнь», «здоровье», «активная, деятельная жизнь»), в большей степени связаны с прагматичным подходом, предполагающим реализацию в сфере деловых отношений направленность на взаимодействие, подразумевающее экономическую выгоду. Предприниматели, руководствующиеся прагматичными ценностными ориентациями, возможно, уделяют меньше внимания отношениям с другими участниками делового взаимодействия, сосредоточены на деле и достижении исключительно практически выгодных результатов.

Заключение

В результате теоретико-эмпирического анализа дано определение ответственного отношения и выделены его отличительные признаки и содержательные элементы. Ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия определяется как комплекс эмоционально окрашенных представлений и оценок, характеризующихся разной степенью готовности и выражающих позицию личности относительно необходимости держать ответ за качественные характеристики отношений в деловом взаимодействии. Принятие ответственности за качественные характеристики отношений отражается в степени выраженности «ориентации на сотрудничество», «ориентации на понимание другого участника делового взаимодействия», «ориентации на толерантное, терпимое отношение к иным взглядам и мнениям» и «ориентации на ограничение доминирования в деловом взаимодействии».

В результате эмпирического исследования определены показатели ответственного отношения и выявлены ключевые психологические факторы его проявления у предпринимателей. Ответственное отношение предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия как вид психологических отношений взаимосвязано с ретроспективной оценкой содержательных составляющих делового взаимодействия, их актуальной оценкой и прогнозом его изменения в будущем.

Установлено, что ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия, представителям различных социальных групп определяется различными содержательными составляющими взаимодействия с ними. Выполняя функцию социальной ориентации, ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия приобретает дифференцированный характер, определяемый сочетанием устойчивости и изменчивости в зависимости от роли, которую играют другие участники взаимодействия в деловой активности субъекта предпринимательской деятельности.

Выделены ценностные ориентации, обуславливающие общий уровень ответственного отношения к участникам делового взаимодействия. Построенная модель позволяет сделать вывод о влиянии ценностных ориентаций «любовь», «счастливая семейная жизнь», «свобода», «творчество», «материально обеспеченная жизнь», «интересная работа» на уровень ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия. Ценностные ориентации выступают в роли критерия, определяющего отношения личности к участникам делового взаимодействия. Ответственное отношение к участникам делового взаимодействия определяется ценностными ориентациями, предполагающими активную позицию в межличностных отношениях и вносящими определенный вклад в личное развитие предпринимателя.

Результаты исследования демонстрируют перспективность использования ресурсно-ценностного подхода к анализу делового взаимодействия не только в предпринимательской среде, но и в других сферах экономической и социальной жизнедеятельности. Перспективу дальнейших исследований мы видим в применении ресурсно-ценностного подхода к анализу взаимодействия и взаимоотношений, складывающихся между людьми не только в деловой сфере, но и в сфере близких межличностных отношений (дружеских, семейных и пр.), где взаимное доверие и ответственность играют не менее важную роль, приобретая при этом качественно иное содержание.

ВЫВОДЫ

В результате проведенного теоретико-эмпирического исследования достигнута его основная цель – разработана концепция психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности в условиях изменения форм собственности на средства производства. На основе этой концепции проведена серия эмпирических исследований, объектами которых выступали представители различных социальных групп современного российского общества: работники предприятий с разной формой собственности (государственной, кооперативной и частной), а также предприниматели сферы малого и среднего бизнеса. Решены поставленные в работе задачи.

Выявлены особенности современного состояния и тенденций развития исследований социально-психологических явлений в сфере экономики и сформулированы авторские представления о предмете, задачах и методологических принципах экономической психологии. Предметом экономической психологии являются психологические явления, характеризующие индивида и группу как субъектов экономического поведения (деятельности), экономического взаимодействия и экономических отношений. Основными методологическими принципами экономической социальной психологии являются: принцип культурно-исторической обусловленности экономической жизнедеятельности, принцип субъектности, принцип диалектического единства сознания и поведения экономических субъектов, принцип взаимной связи и взаимного влияния экономических и социально-психологических явлений, принцип единства теории, эксперимента (эмпирического исследования) и практики. Проведен теоретический анализ развития и современного состояния актуальных направлений современной социальной и экономической психологии: психологии межгрупповых отношений, психологии отноше-

ний собственности и психологии предпринимательства. Определены тенденции и перспективы развития исследований в рамках этих научных направлений.

С позиций системного и субъектного подходов разработаны концептуальные представления о психологических отношениях индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности. Экономическая деятельность понимается как деятельность по производству товаров и услуг, основанная на распоряжении ресурсами (материальными, финансовыми, трудовыми) и направленная на получение дохода (прибыли). В условиях рыночной экономики основными видами экономической деятельности являются: наемный труд, индивидуальное и коллективное хозяйствование и предпринимательство. Различия в видах экономической деятельности прямо связаны с различиями в формах собственности на средства производства. Психологические отношения субъектов экономической деятельности раскрываются как эмоционально окрашенные представления и оценки, объектами которых выступают внешние условия экономической деятельности, представители различных социальных групп, с которыми они связаны партнерскими и иными формами взаимодействия, характеристики экономической деятельности и ее субъектов. Психологические отношения выступают как социально-психологические характеристики субъектов экономической деятельности, различающихся по положению в системе отношений собственности на средства производства: наемных работников, работников коллективных предприятий и предпринимателей. Психологические отношения представляют собой динамические характеристики индивидуального и группового сознания, в которых представлен временной континуум изменения условий и содержания экономической деятельности и которые сами характеризуются сочетанием устойчивости и изменчивости во времени в связи с происходящими изменениями. Социально-интегративная функция психологических отношений проявляется в психологической общности социальных групп, формирующейся на основе сходства психологических отношений их представителей.

Психологические отношения субъектов экономической деятельности, отражая объективные экономические условия, в первую очередь отношения собственности на средства производства, являются результатом изменения этих условий. Изменение организационно-экономических условий деятельности, связанное с изменением форм собственности, обуславливает качественные изменения психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов эконо-

мической деятельности. Исследована динамика социально-психологических отношений (внутригрупповых и межгрупповых) в условиях изменения форм собственности. Выявлены различия в динамике социально-психологических отношений на внутригрупповом и межгрупповом уровнях. Показано своеобразие трансформации новых производственно-экономических отношений в социальной психологии конкретных индивидуальных и групповых субъектов экономической деятельности. Реальное экономическое поведение субъектов определяется взаимодействием экономических и социально-психологических факторов. Динамика этого взаимодействия характеризуется последовательной сменой ведущих оснований детерминации. На одних этапах ведущую роль играют экономические факторы, на других – социально-психологические. Эмпирически выявленная динамика характеризуется сочетанием процессов внутригрупповой интеграции и межгрупповой дифференциации. Изменение отношений собственности на средства производства выступает важным фактором межгрупповой дифференциации и внутригрупповой интеграции субъектов экономической деятельности. Процесс внутригрупповой интеграции в предпринимательской среде неразрывно связан с процессом межгрупповой дифференциации предпринимателей с представителями других социальных групп, основными среди которых являются государственные чиновники, наемные работники и клиенты.

Результаты проведенного исследования показывают, что в условиях изменения форм собственности при переходе к рыночной экономике происходит радикальное изменение психологических отношений субъектов экономической деятельности и их деловой активности. Эти изменения происходят как на уровне индивидуальных субъектов (отношения к изменению экономических условий, к своей деятельности и к себе как ее субъекту), так и на уровне групповых субъектов (внутригрупповые и межгрупповые отношения), т. е. изменение форм собственности и связанное с ним изменение социально-экономических условий деятельности выступает фактором детерминации изменения социально-психологических характеристик, в частности, психологических отношений субъектов экономической деятельности. Изменение экономических связей выступает важным фактором динамики межгрупповых социально-психологических отношений. В отношениях между представителями разных социальных групп наблюдаются проявления недоброжелательности, враждебности, противодействия. Эти явления свидетельствуют об эффекте межгрупповой дезинтеграции, сопровождающей переход к новым эко-

номическим отношениям. В сходных социально-экономических условиях динамика социально-психологических отношений носит неоднозначный характер. При этом сложившиеся в трудовых коллективах и предпринимательских общностях психологические отношения сотрудничества, взаимного доверия и ответственности способствуют достижению более высоких экономических результатов и сохранению психологической общности даже при неблагоприятных условиях. Психологические отношения не только являются следствием, результатом экономических изменений, но и сами играют определяющую роль в детерминации хода и результатов совместной экономической деятельности.

При этом отмечается неоднозначность изменения социально-психологических характеристик индивидуальных и групповых субъектов экономической деятельности. Она проявляется в виде формирования социально-психологических типов субъектов, различающихся как по особенностям психологических отношений к происходящим изменениям в социально-экономических условиях их деятельности, так и по особенностям их экономического поведения, связанным с выбором форм собственности, направленностью и уровнем деловой активности. Объективные социально-экономические условия хозяйственной деятельности определяют до некоторой степени социально-психологические характеристики субъектов, их психологические отношения. К числу факторов, формирующих психологические отношения субъектов экономической деятельности, как элементы их экономического сознания относятся более общие социальные факторы макросреды (особенности региона проживания и ведения хозяйственной деятельности) и микросреды (особенности конкретной организации, трудового коллектива, семьи).

Выявлена совокупность психологических отношений субъектов экономической деятельности, наиболее тесно связанных с предпочтением форм собственности и видов экономической деятельности. Эмпирически обосновано положение о том, что психологические отношения выступают важными факторами, определяющими выбор формы собственности и уровень деловой активности субъектов. На личностном уровне психологических отношений формируется феномен предпочтения формы собственности и вида экономической деятельности. Странников частного предпринимательства отличает более высокая оценка собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности, склонность к конкуренции и умеренному риску, ориентация на самостоятельность в экономической деятельности. Определяя выбор формы собст-

венности и уровень деловой активности субъектов, психологические отношения выполняют функцию регуляции экономической деятельности и выступают факторами изменения ее условий.

В результате исследований, выполненных на представителях разных социальных групп в условиях радикального изменения форм собственности, эмпирически выделены и проанализированы социально-психологические типы субъектов, для которых характерны особенности психологических отношений, свои предпочтения и реальный выбор формы собственности и вида экономической деятельности. Показано, что в условиях изменения форм собственности индивиды и группы выступают не пассивными объектами происходящих изменений, а активными субъектами. Активность субъектов проявляется, с одной стороны, в их избирательных, осознаваемых психологических отношениях к этим изменениям, а с другой – в их экономическом поведении, связанном с выбором форм собственности и видов экономической деятельности, в направленности и уровне их деловой активности. Способ разрешения противоречия между психологическими отношениями и реальными социально-экономическими условиями является существенной социально-психологической характеристикой субъекта экономической деятельности. Разработана социально-психологическая типология субъектов экономической деятельности. Эмпирически выделены социально-психологические типы субъектов, различающиеся психологическими отношениями к новым формам собственности и реальным экономическим поведением, связанным с их выбором: «традиционный», «пассивно выжидающий», «пассивно приспособляющийся», «условно активный», «вынужденно активный» и «активно реализующийся».

Проведен сравнительный анализ психологических отношений как социально-психологических характеристик деловой активности представителей социальных групп, различающихся по форме собственности. Наиболее существенные различия между предпринимателями и работниками государственных и коллективных предприятий обнаружилось по тем параметрам, которые оказались наиболее тесно связанными с оценками уровня деловой активности: намерение повысить уровень своих доходов и наличие плана его реализации, отношение к риску и конкуренции в экономической деятельности, оценка и прогноз изменения жизненного уровня семьи, оценка собственных возможностей в повышении успешности своей хозяйственной деятельности. Выделенные социально-психологические параметры могут выступать показателями для оценки и прогноза деловой активности субъектов.

Определены существенные характеристики предпринимательства как экономического и социально-психологического феномена. Проанализированы социально-психологические особенности предпринимателей как субъектов экономической деятельности: преобладание мотивации достижения успеха, склонность к конкуренции и умеренному риску, преимущественная ориентация на собственные возможности.

Выявлено содержание основных мотивов выбора предпринимательской деятельности. Достижение высокого материального благополучия, независимости, самостоятельности в работе и возможности реализовать свои способности выступают основными наиболее значимыми мотивами предпринимательской деятельности. Мотивы полезности своего бизнеса и достижения авторитета у окружающих представлены в значительно меньшей степени. Полученные результаты убедительно свидетельствуют о возрастании роли фактора материального благополучия в мотивации предпринимательской деятельности и его влияния на удовлетворенность ее результатами.

Выбор предпринимательства как вида экономической деятельности, особенности мотивации предпринимательской деятельностью и удовлетворенность ею проявились в наших исследованиях как взаимосвязанные социально-психологические характеристики. Основным, ведущим мотивом выбора предпринимательства выступает стремление к созданию своего собственного дела, связанного с систематическим извлечением прибыли и работа на себя – центральный признак, отличающий предпринимательство как вид экономической деятельности от наемного труда. Главной целью предпринимательства является достижение экономической независимости, самостоятельности и экономического успеха, связанного с получением высокого дохода и с достижением высокой материальной обеспеченности. Вместе с тем выявлены группы предпринимателей, для которых выбор предпринимательства носит вынужденный или случайный характер. Их отличительными особенностями оказались большая значимость мотива независимости и самостоятельности по сравнению с мотивом материальной обеспеченности, низкая удовлетворенность предпринимательской деятельностью и выраженная готовность уйти из нее.

Исследованы особенности психологических отношений предпринимателей к предпринимательской деятельности и их динамика в изменяющихся социально-экономических условиях. Выделена совокупность устойчивых социально-психологических характеристик предпринимателей, в которых проявляются их отношения к различным сторонам предпринимательской деятельности: оценка внешних

условий предпринимательской деятельности, взаимоотношения с государственными органами, благосостояние семьи предпринимателя, партнерство, риск, конфликтность, мотивация выбора предпринимательской деятельности, самооценка, деловая активность и оценка результатов предпринимательской деятельности.

Отношение к риску, конкуренции и неудачам в предпринимательской деятельности является важной социально-психологической характеристикой деловой активности предпринимателей. В целом более эффективные предприниматели характеризуются положительным отношением к конкуренции и умеренному риску. Отношение предпринимателей к конкуренции в большой степени связано с их личностными особенностями: мотивационными предпочтениями, самооценкой, самоэффективностью. Отношение к риску в большой степени определяется оценкой благоприятности внешних условий предпринимательской деятельности. Субъективно оцениваемая степень риска является важной социально-психологической характеристикой предпринимательской деятельности и предпринимателя как ее субъекта. Она характеризует не только внешние условия предпринимательской деятельности, но и личные предпочтения самих предпринимателей, которые определяют в значительной степени реальный выбор ими сфер и условий бизнеса, характеризующих той или иной степенью риска. В случае серьезной неудачи наименее вероятными вариантами поведения опрошенные считают уход на государственное предприятие или на работу к другому предпринимателю. Большинство опрошенных предпринимателей предпочитают стратегию организации нового собственного дела или поиск надежного компаньона. При этом доля предпринимателей, которые в случае неудачи рассчитывают на сотрудничество с компаньоном, имеет тенденцию к увеличению. Это косвенно свидетельствует о повышении значимости партнерских отношений в российском бизнесе.

В развитии своего бизнеса предприниматели отмечают серьезные трудности, которые связаны с противодействием и препятствием со стороны государственных и местных органов власти. Соответственно, уровень доверия к представителям этих структур не высок и за последние годы имеет устойчивую тенденцию к снижению. Обнаружена взаимосвязь оценки степени реального риска в предпринимательской деятельности с оценкой противодействия и препятствия в работе со стороны государственных структур, свидетельствующая о том, что именно государственные органы власти являются основным источником риска предпринимательской деятельности. На всех этапах исследования оценки степени доверия внутри предпринимательской

среды и надежности партнеров оказались значительно выше, чем оценки степени доверия к представителям государственных органов власти. Полученные результаты позволяют также сделать вывод о том, что низкая степень доверия, по крайней мере в сфере деловых отношений, является характерной социально-психологической особенностью российских предпринимателей. В ходе исследования выявлена устойчивая связь оценки надежности партнеров с оценками уровня деловой активности и успешности предпринимательской деятельности. Эти данные свидетельствуют о том, что надежность партнеров является одним из главных социально-психологических факторов деловой активности предпринимателей. Отношение к риску и конкуренции, с одной стороны, и доверие и надежность в партнерских отношениях – с другой, выступают взаимосвязанными характеристиками: чем более уверен предприниматель в своих партнерах, тем в целом более позитивно он относится к риску и конкуренции. Данные характеристики выступают основаниями эмпирически выделенных социально-психологических типов предпринимателей.

Уровень деловой активности предпринимателей и тенденции ее изменения (повышения или понижения) в значительной степени определяются социально-психологическими факторами, к числу которых относятся оценки как внешних экономических условий предпринимательской деятельности, так и собственных особенностей, выступающих ее внутренними условиями. Благоприятность внешних экономических условий для ведения предпринимательской деятельности прямо связывается в представлениях предпринимателей с оценкой степени независимости своего бизнеса от этих условий и оценкой собственных возможностей ведения дела и достижения успеха. При этом более успешные предприниматели склонны более высоко оценивать зависимость развития своего бизнеса от собственных усилий, а менее успешные – от влияния внешних условий. Важными социально-психологическими факторами деловой активности предпринимателей являются оценка своей конкурентоспособности и собственных возможностей в повышении успешности бизнеса, отношение к риску и конкуренции, степень надежности большинства партнеров, оценка и прогноз изменения уровня жизни семьи, оценка успешности своей предпринимательской деятельности.

Содержательный анализ факторных решений позволяет выделить социально-психологические характеристики деловой активности предпринимателей, различающиеся представленностью различных аспектов ее временного континуума. Оценка удовлетворенности результатами предпринимательской деятельности преимущественно

но характеризует ее состояние в прошлом, оценки степени своей деловой активности и успешности деятельности в настоящее время — в настоящем, а оценка собственных возможностей в развитии своего бизнеса — в будущем. Полученные данные демонстрируют существование относительно самостоятельных феноменов деловой активности и успешности деятельности предпринимателей. Оценки предпринимателями своей деловой активности, скорее всего, определяются процессуальными характеристиками их деятельности, а успешность — результативными, и они могут расходиться, причем не только незначительно, но и достаточно принципиально.

По результатам корреляционного анализа определены социально-психологические характеристики, которые можно интерпретировать как факторы успешности предпринимательской деятельности: оценка собственных возможностей в повышении успешности своего бизнеса, позитивное отношение к конкуренции, высокая оценка своей конкурентоспособности и высокая надежность партнеров. Наряду с устойчивыми взаимосвязями между исследуемыми переменными обнаружены значимые различия, свидетельствующие о динамике психологических отношений, наиболее тесно связанных с оценками уровня своей деловой активности, успешности своей предпринимательской деятельности и удовлетворенности ее результатами. Эта динамика характеризуется усилением дифференциации в среде предпринимателей и свидетельствует о формировании социально-психологических типов, различающихся по социально-психологическим критериям деловой активности. В частности, представители одного типа предпринимателей склонны в большей степени ориентироваться на субъективную оценку внешних условий (благоприятность экономических условий для ведения бизнеса, материальные условия жизни семьи), а представители другого — на внутренние побуждения к предпринимательству, на оценку собственных возможностей в развитии своего бизнеса. В зависимости от соотношения этих оценок представители этих типов склонны использовать различные стратегии в деятельности и проявляют разный уровень деловой активности.

Выявлены различия психологических отношений предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин к своей деятельности. В целом предприниматели-мужчины более позитивно, чем предприниматели-женщины, относятся к конкуренции с другими людьми в своей деятельности, они более высоко оценивают свою конкурентоспособность и собственные возможности в повышении успешности своего бизнеса, более позитивно оценивают изменения материально-

го уровня жизни своих семей. Женщины-предприниматели в целом проявляют более низкую степень доверия как к государственным, так и к предпринимательским структурам и более низко оценивают надежность большинства своих партнеров.

В целом предприниматели в высокой степени ощущают зависимость развития своего бизнеса как от социально-экономических, так и от социально-психологических факторов. Зависимость от общих социально-экономических условий в стране воспринимается ими как более сильная, чем зависимость от местных органов власти, а зависимость от взаимоотношений с партнерами — как более сильная, чем зависимость от отношения со стороны местного населения. При этом оценка зависимости от местных органов власти и отношения населения имеет тенденцию к снижению, а оценка зависимости от взаимоотношений с партнерами и от себя самого — к увеличению.

Изучены региональные особенности психологических отношений предпринимателей и показана их зависимость от социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности. Эмпирически выявленные различия в психологических отношениях московских и региональных предпринимателей и анализ их динамики показывают, что социально-экономические условия в значительной степени определяют психологические отношения к предпринимательской деятельности. Выявленные в исследовании социально-психологические показатели и методы их оценки могут быть использованы для анализа и прогноза деловой активности предпринимателей. Такой прогноз может быть основан на оценках различных сторон жизнедеятельности предпринимателей, сделанных во временном континууме (оценках прошлого, настоящего и будущего).

Предприниматели из регионов более высоко оценивают зависимость развития своего бизнеса от таких внешних факторов, как социально-экономические условия, политика местных органов власти и отношение местного населения, а московские предприниматели считают более значимыми факторами отношения с партнерами и свои собственные возможности. Московские предприниматели высоко оценивают свои собственные возможности в повышении успешности бизнеса, позитивно относятся к риску и конкуренции в предпринимательской деятельности, они высоко оценивают уровень своей конкурентоспособности. В случае серьезной неудачи они в большой степени склонны остаться в сфере предпринимательства и либо начать новое дело самостоятельно, либо подыскать надежного компаньона. Московские предприниматели высоко оценивают степень реализа-

ции целей, которые они ставят перед собой в бизнесе и удовлетворенность экономическими результатами своей предпринимательской деятельности, т. е. деловая активность предпринимателей складывается под влиянием совокупности внешних и внутренних условий. При этом субъективная значимость отдельных составляющих условий предпринимательской деятельности оценивается ими по-разному.

Социально-экономические условия предпринимательской деятельности в столице как центре российского бизнеса в целом характеризуются большей степенью сформированности рыночных отношений, характерных для российского бизнеса, и в большей степени выражают общероссийские тенденции изменения (т. е. развитие социально-экономической инфраструктуры бизнеса происходит в Москве как бы с опережением). У московских предпринимателей в большей степени выражены социально-психологические характеристики, отличающие российских предпринимателей как представителей специфической социальной группы, т. е. для них характерна большая степень сформированности психологических отношений, свойственных новым российским предпринимателям.

Стабильно низко оценивается доверие к предпринимательским и особенно к государственным структурам и организациям. Вместе с тем происходит повышение оценок предпринимателями собственных возможностей, своей конкурентоспособности и успешности предпринимательской деятельности. При относительно стабильной оценке зависимости развития предпринимательской деятельности от социально-экономических условий в стране и регионе повысилась оценка ее зависимости от взаимоотношений с партнерами и собственной активности предпринимателя. Эти данные, с одной стороны, отражают изменения внешних социально-экономических условий осуществления предпринимательства в разные периоды его развития, а с другой стороны, свидетельствуют об изменениях социально-психологических особенностей предпринимателей как социальной группы. Выделены типы предпринимателей, различающиеся по социально-психологическим характеристикам их деловой активности.

Субъективные оценки своего материального благосостояния и динамики его изменения являются существенными социально-психологическими характеристиками, непосредственно связанными с уровнем деловой активности предпринимателя и динамикой его изменения. Материальное положение своей семьи как ближайшей социальной группы выступает в качестве существенной характеристики внешних, социально-экономических условий деловой активности субъекта. Ориентация предпринимателя на материаль-

ное положение своей семьи, ожидание его улучшения и поддержки со стороны членов семьи являются существенными социально-психологическими факторами деловой активности субъекта. С другой стороны, улучшение своего материального благосостояния является не только одной из основных целей предпринимательской деятельности, но и одним из основных критериев оценки ее успешности, удовлетворенности ее результатами.

Определены показатели ответственного отношения и выявлены ключевые психологические факторы его проявления у предпринимателей. Ответственное отношение предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия как вид психологических отношений взаимосвязано с ретроспективной оценкой содержательных составляющих делового взаимодействия, их актуальной оценкой и прогнозом его изменения в будущем.

Установлено, что ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия, представителям различных социальных групп, определяется содержательными составляющими взаимодействия с ними. Выполняя функцию социальной ориентации, ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия приобретает дифференцированный характер, определяемый сочетанием устойчивости и изменчивости в зависимости от роли, которую играют другие участники взаимодействия в деловой активности субъекта предпринимательской деятельности.

Результаты исследования демонстрируют перспективность использования ресурсно-ценностного подхода при анализе делового взаимодействия не только в предпринимательской среде, но и в других сферах экономической и социальной жизнедеятельности. Перспективу дальнейших исследований мы видим в применении ресурсно-ценностного подхода к анализу взаимодействия и взаимоотношений, складывающихся между людьми не только в деловой сфере, но и в сфере близких межличностных отношений (дружеских, семейных и пр.), где взаимное доверие и ответственность играют не менее важную роль, приобретая при этом качественно иное содержание.

ЛИТЕРАТУРА

- Абалкин Л. И.* Заметки о российском предпринимательстве. М.: Прогресс, 1994.
- Абрекова Л. О.* Личностные факторы готовности студентов к деятельности в условиях рыночных отношений: Автореф. дис. ... докт. психол. наук. Сочи, 2006.
- Абульханова-Славская К. А.* Деятельность и психология личности. М.: Наука, 1980.
- Абульханова-Славская К. А.* Стратегия жизни. М., 1991.
- Абульханова-Славская К. А., Гордиенко Е. В.* Представления личности об отношении к ней значимых других // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 5. С. 38–47.
- Автономов В. С.* Человек в зеркале экономической теории. М.: Наука, 1993.
- Автономов В. С.* Предпринимательская функция в экономической системе. М., 1990.
- Агеев А. И.* Предпринимательство: Проблемы собственности и культуры. М., 1991.
- Агеев В. С.* Психология межгрупповых отношений. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983.
- Агеев В. С.* Психология межгрупповых отношений: Дис. ... докт. психол. наук. М.: МГУ, 1989.
- Агеев В. С.* Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990.
- Агеев В. С., Сыродеева А. А.* Интегративные процессы в межгрупповом взаимодействии // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. «Психология». 1984. № 2. С. 11–20.
- Азоев Г. Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
- Акимова А. Ю., Обознов А. А.* Доверие и недоверие человека технике // Психологический журнал. 2016. Т. 30. № 6. С. 56–69.
- Акперов И. Г., Масликова Ж. В.* Психология предпринимательства. Учебное пособие. М., 2003.
- Амирян Д. С.* Исследование социально-психологической готовности к предпринимательской деятельности и условий ее формирования в процессе вузовской подготовки специалистов: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2003.
- Андерсон Р., Шихирев П.* «Акулы» и «дельфины». Психология и этика российско-американского делового партнерства. М.: Дело ЛТД, 1994.
- Андреева Г. М.* Социальная психология. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997.
- Андрущак И. Б.* Этноцентризм как социально-психологический феномен в ситуации социэтнических изменений: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1998.
- Аннотированный указатель трудов сотрудников Института психологии Российской академии наук (1971–2006). Вып. 1 / Отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова, Т. И. Артемьева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Антоненко И. В.* Социально-психологическая концепция доверия. М.: Флинта; Наука, 2006.
- Антонюк В. И., Лузин А. Е., Моченов Г. А.* Социально-психологические аспекты организационных нововведений // Социально-психологические проблемы производственного коллектива. М.: Наука, 1983. С. 76–92.
- Артемьева Т. И., Журавлев А. Л., Кольцова В. А.* Основные направления исследований К. К. Платонова и их развитие в современной психологии // К. К. Платонов – выдающийся отечественный психолог XX века: Материалы юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 9–17.
- Балухто Д. А.* Социально-психологические факторы отношения к смене профессии: На примере экономистов: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.
- Басов М. Я.* Общие основы педологии. М.–Л., 1930.
- Беккер Г.* Экономический анализ и человеческое поведение // Thesis. 1993. Т. 1. Вып. 1. С. 24–40.
- Белянин А. В., Зинченко В. П.* Доверие в экономике и общественной жизни. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2010.
- Бендас Т. В.* Психология лидерства: гендерный и этнический аспект: Дисс. ... докт. психол. наук. СПб., 2002.
- Бескова Т. В.* Социально-психологические детерминанты зависти. Саратов: Наука, 2011.
- Бодалев А. А.* Восприятие человека человеком. Л.: Изд-во ЛГУ, 1965.

- Бодалев А. А.* Личность и общение. Избранные психологические труды. М., 1995.
- Бодров В. А., Луценко А. Г.* Профессиональная ответственность как психологическая категория субъекта деятельности // Психологические исследования проблемы формирования личности профессионала. М.: Ин-т психологии АН СССР, 1991. С. 157–167.
- Борисова Т. В.* Философский анализ предпринимательской деятельности: социально-онтологический аспект: Дис. ... докт. филос. наук. Саратов, 2005.
- Боровик В. С., Журавлев А. Л., Крылова Н. В.* Проблемы «Службы человека» на производстве // Психологический журнал. 1986. Т. 7. № 1. С. 154–160.
- Будева Л. П.* Деятельность как объект социальной психологии // Методологические проблемы социальной психологии. М.: Наука, 1975. С. 45–62.
- Будева Л. П.* Социальная среда и сознание личности. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1968.
- Булгаков С. Н.* Философия хозяйства. М.: Наука, 1990.
- Бункина М. К., Семенов В. А.* Экономика и психология. На перекрестке наук. М., 1998.
- Буракова М. В.* Интерпретация маскулинности-феминности внешнего облика субъекта общения: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Ростов-на-Дону, 2000.
- Бусыгин В. Ф.* Предпринимательство. М., 1995.
- Бьюкенен Дж.* Конституция экономической политики // Вопросы экономики. 1994. № 6. С. 104–113.
- Вавакина Т. С.* Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2011.
- Вавакина Т. С.* Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2011.
- Вавакина Т. С.* Деловая культура, нормы и принципы делового партнерства в среде российских предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 4. С. 220–226.
- Вавакина Т. С., Журавлев А. Л., Позняков В. П.* Прагматичность и нравственность как базовые принципы взаимодействия в деловом партнерстве // Наука. Культура. Общество. 2016. № 1. С. 189–203.
- Вавакина Т. С., Позняков В. П.* Деловое партнерство как одна из форм деловой активности предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 4. С. 36–43.

- Вавакина Т. С., Позняков В. П.* Образ делового партнера в представлениях российских предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 2. С. 217–224.
- Вавакина Т. С., Позняков В. П.* Трансформация форм взаимодействия экономических субъектов: ресурсно-ценностный подход // Человек, субъект, личность в современной психологии. Материалы международной конференции. В 3 т. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. Т. 2. С. 228–231.
- Василюк Ф. Е.* Психология переживания. Анализ преодоления критических ситуаций. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984.
- Вахин А. А., Журавлев А. Л.* Особенности исследования динамики социальной напряженности по материалам СМИ // Знание. Понимание. Умение. 2004. № 1. С. 101–108.
- Вахитова З. З.* Социально-психологические особенности восприятия субъектов экономических отношений: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2004.
- Вебер М.* Избранные произведения. М., 1990.
- Веселов Ю. В.* Доверие и справедливость: моральные основания современного экономического общества. М.: Аспект-Пресс, 2011.
- Взаимоотношения исследовательской и практической психологии / Под ред. А. Л. Журавлева и А. В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Винокуров М. А., Карнышев А. Д.* Введение в экономическую этнопсихологию: Учебное пособие. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2007.
- Вяткин А. П.* Психология экономической социализации личности в условиях изменяющегося общества: субъектно-ролевой подход. Иркутск: Иркутский гос. ун-т. 2010.
- Воробьева А. Е., Купрейченко А. Б.* Отношение к неэтичной рекламе у представителей разных социально-демографических групп молодежи // Проблемы психологической безопасности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 103–129.
- Гаджиева Р. Г.* Динамика гендерных стереотипов и их влияние на профессиональную самореализацию личности: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2000.
- Галкина И. А., Журавлев А. Л.* Исполнительская деятельность как социально-психологический феномен: эмпирическое исследование // Психология управления в современной России: теория, эмпирические исследования, практика. Материалы международной научно-практической конференции. Тверь, 2010. С. 62–66.

- Гибадуллин Р. Ф.* Предпринимательский слой — его социальная сущность, функции и тенденции развития в современном российском обществе: Дис. ... докт. социол. наук. М., 2000.
- Глоточкин А. Д., Журавлев А. Л., Кольцова В. А., Лоскутов В. Н.* Жизнь и научное творчество К. К. Платонова // К. К. Платонов. Мои личные встречи на великой дороге жизни (Воспоминания старого психолога) / Под ред. А. Д. Глоточкина, А. Л. Журавлева, В. А. Кольцовой, В. Н. Лоскутова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 5–38.
- Глуценко Е. В., Капцов А. И., Тихонравов Ю. В.* Основы предпринимательства. М., 1996.
- Гозман Л. Я.* Психология эмоциональных отношений. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987.
- Головей Л. А., Журавлев А. Л., Тарабрина Н. В.* Б. Г. Ананьев и междисциплинарные исследования в психологии (к 110-летию со дня рождения) // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 5. С. 108–117.
- Головей Л. А., Журавлев А. Л., Тарабрина Н. В.* Междисциплинарные исследования в психологии: история и современность // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017. С. 2700–2707.
- Головина Г. М., Савченко Т. Н.* Влияние экономического фактора на субъективное качество жизни // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 527–544.
- Горбачева Е. И., Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б.* Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения предпринимателей и менеджеров // Психологический журнал. 2012. Т. 33. № 1. С. 50–65.
- Горбачева Е. И., Купрейченко А. Б.* Отношение личности к деньгам: нравственные противоречия в оценках и ассоциациях // Психол. журн. 2006. Т. 27. № 4. С. 26–37.
- Гордякова О. В.* Влияние агрессивности личности на оценку наружной рекламы с различными формально-динамическими характеристиками: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2003.
- Грей К.* Предпринимательство в 90-х годах // Иностранная психология. 1997. № 9. С. 37–45.
- Гуриева С. Д.* Психология межэтнических отношений: Дис. ... докт. психол. наук. СПб., 2010.
- Данкин Д. М.* Проблема политического доверия в международных отношениях: дис. ... докт. полит. наук. М., 2000.

- Дейнека О. С.* Экономическая психология: социально-политические проблемы: Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.
- Дейнека О. С.* Динамика макроэкономического образа денег в быденном сознании // Психол. журн. 2002. Т. 23. № 2. С. 36–46.
- Дейнека О. С.* Символизация денег: опыт эмпирического исследования // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 207–241.
- Дементий Л. И.* Ответственность личности как свойство субъекта жизнедеятельности: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2005.
- Демин А. Н.* Психологические факторы трудоустройства безработных // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 333–357.
- Демина И. С.* Особенности отношения многодетных родителей к семье: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2004.
- Джеймс В.* Основы научной психологии. СПб., 1902.
- Джидарьян И. А.* Психология счастья и оптимизма. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Джерилевская И. К.* Человек в социокультурной реальности. М.: МПСИ, 2005.
- Дирлав Д.* Избранные концепции бизнеса. Теории, которые изменили мир. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007.
- Дикая Л. Г., Журавлев А. Л.* Предисловие. Личность профессионала как объект психологического исследования // Личность профессионала в современном мире. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. С. 11–22.
- Дилигенский Г. Г.* В поисках смысла и цели: Проблемы массового сознания современного капиталистического общества. М.: Политиздат, 1986.
- Дилигенский Г. Г.* Некоторые методологические проблемы исследования психологии больших социальных групп // Методологические проблемы социальной психологии. М.: Наука, 1975. С. 196–205.
- Динамика социально-психологических явлений в изменяющемся обществе / Отв. ред. А. Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996.
- Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / Отв. ред. А. Б. Купрейченко, И. В. Мерсиянова. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2013.
- Дорофеев Е. Д.* Внутригрупповая ответственность в условиях совместной деятельности: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 1994.

- Дорофеев Е. Д.* Внутригрупповая ответственность при разных формах собственности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 121–141.
- Дорофеев Е. Д., Журавлев А. Л., Позняков В. П.* Социально-психологические факторы деловой активности предпринимателей // Теоретические и прикладные вопросы экспериментально-психологических исследований: Психологический межвузовский вестник. М., 1996. С. 92–100.
- Дробышева Т. В.* Динамика ценностных ориентаций личности в условиях раннего экономического образования: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2002.
- Дробышева Т. В.* Экономическая социализация личности: ценностный подход. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Дробышева Т. В., Журавлев А. Л.* Социальные представления о бедном и богатом человеке: результаты эмпирического исследования // Психология в экономике и управлении. 2010. № 2. С. 79–90.
- Дробышева Т. В., Митькина А. Е.* Динамика отношения исполнителей к инновациям в условиях формирующего естественного эксперимента // Современное состояние и перспективы развития психологии труда и организационной психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. С. 516–524.
- Друкер П.* Рынок: Как выйти в лидеры. Практика и принципы. М., 1992.
- Духновский С. В.* Гармония и дисгармония межличностных отношений субъектов образовательного процесса: Дис. ... докт. психол. наук. Екатеринбург, 2013.
- Емельянова Т. П.* Социальное представление – понятие и концепция: итоги последнего десятилетия // Психол. журн. 2001. Т. 22. № 6. С. 39–47.
- Емельянова Т. П.* Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.
- Емельянова Т. П.* Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.
- Емельянова Т. П., Журавлев А. Л.* Психология больших социальных групп как коллективных субъектов // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 3. С. 5–15.
- Ермолаева Е. П.* Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. М.: Академия, 1996.

- Жукова Я. И.* Изменения в сознании людей в связи с приобретением ими статуса собственников (по материалам прессы) // Динамика социально-психологических явлений в изменяющемся обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996. С. 103–108.
- Журавлев А. Л.* Психология человека и экономические реформы // Социалистический труд. 1991. № 1. С. 20–23.
- Журавлев А. Л.* Социально-психологическая динамика в изменяющихся экономических условиях // Психологический журнал. 1998. Т. 19. № 3. С. 3–16.
- Журавлев А. Л.* Психология совместной деятельности в условиях организационно-экономических изменений: Дис. ... докт. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 1999.
- Журавлев А. Л.* Экономическая психология в контексте современной психологической науки // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004а. С. 3–24.
- Журавлев А. Л.* Особенности экономического сознания работников предприятий с разной формой собственности // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004б. С. 167–206.
- Журавлев А. Л.* Психология совместной деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
- Журавлев А. Л.* Актуальные проблемы социально ориентированных отраслей психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Журавлев А. Л., Журавлева Н. А.* Программа социально-психологического исследования экономического сознания личности // Современная психология: состояние и перспективы исследований. Ч. 5. Программы и методики психологического исследования личности и группы: Материалы юбилейной научной конференции ИП РАН. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 11–42.
- Журавлев А. Л., Журавлева Н. А.* Экономические представления работников предприятий с разными формами собственности // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Ч. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 317–331.
- Журавлев А. Л., Журавлева Н. А.* Динамика экономического сознания российских предпринимателей в 90-е годы XX века // Современные проблемы психологии управления. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 122–144.
- Журавлев А. Л., Кочеткова Н. А.* Динамика социально-психологических качеств российских предпринимателей в изменяющихся экономических условиях // Совместная деятельность в условиях ор-

- ганизационно-экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997. С. 35–44.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Психологическая дистанция между личностью и представлениями различных социальных категорий // Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической деятельности. М.: Социум—Изд-во «Институт психологии РАН», 2003. С. 36–59.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Журавлев А. Л., Купрейченко А. Б., Горбачева Е. И. Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения предпринимателей и менеджеров в организации творческого труда // Психология в экономике и управлении. 2011. № 1. С. 13–28.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Динамика межгрупповых отношений в условиях изменения форм собственности // Психологический журнал. 1992. Т. 13. № 4. С. 24–32.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Социально-психологические трудности становления малого бизнеса в России (анализ группового мнения предпринимателей) // Психологический журнал. 1993. Т. 14. № 6. С. 23–34.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Российские предприниматели в современной социальной структуре // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 61–69.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Социально-психологические проблемы становления российского предпринимательства // Малое предпринимательство в контексте российских реформ и мирового опыта. М., 1995а. С. 82–102.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Социально-психологический анализ отношения предпринимателей с органами власти и экономической политике государства // Психология предпринимательской деятельности: Развитие российского предпринимательства в начале 1990-х годов. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995б.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995 в.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Отношение жителей к экологическим и экономическим условиям жизнедеятельности на радиоактивно загрязненных территориях // Динамика социально-психологи-

- ческих явлений в изменяющемся обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996. С. 201–208.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Оценка условий деятельности российских предпринимателей и прогноз их деловой активности // Динамика социально-психологических явлений в изменяющемся обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996б. С. 151–157.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Программа социально-психологического исследования российских предпринимателей // Современная психология: состояние и перспективы исследований. Ч. 5. Программы и методики психологического исследования личности и группы: Материалы юбилейной научной конференции ИП РАН. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 90–110.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2004. Т. 1. № 3. С. 46–64.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. Вклад Е. В. Шороховой в становление и развитие социальной и экономической психологии (к 95-летию со дня рождения) // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 6. С. 5–16.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П., Вавакина Т. С. Ориентация на принципы и нормы социального взаимодействия как фактор психологического отношения к деловому партнерству // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 1. С. 5–15.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П., Дорофеев Е. Д. Социально-психологические факторы деловой активности и успешность деятельности предпринимателей // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 44–67.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П., Титова О. И. Гендерные особенности конкуренции и партнерства // Наука. Культура. Общество. 2008. № 4. С. 102–115.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П., Титова О. И. Психологические отношения российских предпринимателей к конкуренции и партнерству: гендерный аспект // Психологические исследования проблем современного российского общества. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. С. 287–310.

- Журавлев А. Л., Радаев В. В., Шихирев П. Н.* Российская деловая культура: история, традиции, практика. М.: Торгово-промышленная палата, 1998.
- Журавлев А. Л., Сумарокова В. А.* Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 258–272.
- Журавлев А. Л., Сумарокова В. А.* Региональные и половые различия доверия предпринимателей к различного вида организациям // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 4. С. 36–45.
- Журавлев А. Л., Фам Данг Куанг.* Отношение предпринимателей к экономической политике во Вьетнаме и России: сравнительный анализ // Социальная психология экономического поведения. М.: Наука, 1999. С. 143–150.
- Журавлева Е. В.* Динамика экономических представлений работников в условиях приватизации их предприятий (по материалам прессы) // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 185–204.
- Журавлева Л. А.* Связь общительности личности и доверия к людям: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2004.
- Журавлева Н. А.* Динамика ценностных ориентаций различных социальных групп в изменяющихся экономических условиях // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 228–262.
- Журавлева Н. А.* Динамика ценностных ориентаций российских предпринимателей в изменяющемся обществе // Психология управления в современной России. Тверь: Альба, 2001. С. 132–135.
- Журавлева Н. А.* Динамика ценностных ориентаций личности в условиях социально-экономических изменений: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2002.
- Журавлева Н. А.* Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.
- Журавлева Н. А.* Ценностные ориентации предпринимателей в изменяющемся российском обществе // Вестник РУДН. Сер. «Психология и педагогика». 2008. № 1. С. 46–49.
- Журавлева Н. А.* Психология социальных изменений: ценностный подход. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.

- Журавлева Н. А.* Динамика ценностных ориентаций предпринимателей в условиях макросоциальных преобразований // Психологический журнал. 2015. Т. 36. № 1. С. 46–60.
- Журавлева Н. А., Журавлев А. Л.* Новые тенденции в ценностных ориентациях личности в современном российском обществе // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. «Психология и педагогика». 2004. № 2. С. 20–39.
- Завьялова Е. К., Посохова С. Т.* Психология предпринимательства: учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004.
- Занковский А. Н., Журавлев А. Л.* Современная организационная психология: основные тенденции развития // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017. С. 2585–2593.
- Занковский А. Н., Журавлев А. Л.* Психология виртуальной организации: основные проблемы исследования // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017. С. 2594–2602.
- Заславская Т. И.* Бизнес-слой российского общества: Сущность, структура, статус // Социологические исследования. 1995. № 3. С. 3–12.
- Заракковский Г. М.* Психологические факторы качества жизни людей // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 483–500.
- Захарова А. Н.* Гендерные особенности структуры ценностных ориентаций предпринимателей // Исследование гендерных особенностей предпринимательской деятельности населения Чувашской республики. Чебоксары: Изд-во Чувашск. ун-та, 2001. С. 16–24.
- Захарова А. Н.* Социально-психологические факторы в структуре экономического поведения предпринимателей: Дис. ... канд. психол. наук. Чебоксары, 2001.
- Захарова А. Н.* Экономический менталитет в структуре российской полиментальности. Чебоксары: Изд-во Чувашск. ун-та, 2011.
- Зинченко В. П.* Психология доверия. Самара: Самарский гос. пед. ун-т, 1998.
- Зобков В. А.* Психология отношения учащихся к деятельности: Автореф. дис.... докт. психол. наук. М., 1993.
- Зобков В. А.* Психология отношения человека к деятельности: теория и практика. Владимир: Калейдоскоп, 2011.
- Зобков В. А., Пронина Е. В.* Творчество. Отношение. Деятельность. Теоретико-методологические аспекты. Владимир: Собор, 2008.

- Зомбарт В.* Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М., 1994.
- Зотова О. И., Журавлев А. Л.* Психологическая служба промышленного предприятия: поиски, решения // Психологический журнал. 1982. Т. 3. № 1. С. 155–158.
- Изюмова И. В.* Критерии доверия клиентов к организациям при субъективной оценке риска для здоровья: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии, 2009.
- Исследование гендерных особенностей предпринимательской деятельности населения Чувашской республики / Под общ. ред. В. П. Фоминых. Чебоксары: Изд-во Чувашск. ун-та, 2001.
- Историогенез и современное состояние российского менталитета. Вып. 2 / Отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова, Е. Н. Холондович. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.
- Канеман Д., Тверски А.* Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 4. С. 31–42.
- Карнышев А. Д.* Психология собственности как область исследований в экономической психологии // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 139–166.
- Карнышев А. Д., Бурменко Т. Д., Иванова Е. А.* Человек и собственность. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2006.
- Карнышев А. Д., Одинец С. А.* Истоки и детерминанты негативных стереотипов российских предпринимателей // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 567–588.
- Карнышев А. Д.* Социальная и экономическая психология. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2011.
- Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости, процента и денег. М.: Прогресс, 1978.
- Кирицнер И.* Предпринимательство и конкуренция. М.: Юнити, 2001.
- Китов А. И.* Экономическая психология. М.: Экономика, 1987.
- Китов А. И.* Личность и перестройка. М.: Профиздат, 1990.
- Китов А. И.* Личность и группа в системе отношений собственности (опыт инвентаризации феноменологии отношений собственности) // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 109–138.
- Китова Д. А.* Материальное самообеспечение личности в изменяющихся социально-экономических условиях России. Ставрополь: Изд-во СевКавГТУ, 2003.
- Китова Д. А.* Материальное самообеспечение личности как предмет психологического исследования // Проблемы экономической

- психологии. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 577–601.
- К. К. Платонов — выдающийся отечественный психолог XX века: материалы юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Клецина И. С.* Психология гендерных отношений: Дис. ... докт. психол. наук. СПб., 2005.
- Климова Е. К.* Психологические критерии успешности предпринимательской деятельности: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2004.
- Климова С. Г., Дунаевский Л. В.* Новые предприниматели и старая культура // Социс. 1993. № 5. С. 19–24.
- Ключарев В. А., Шмидс А., Шестакова А. Н.* Нейроэкономика: нейробиология принятия решений // Экспериментальная психология. 2011. Т. 4. № 2. С. 14–35.
- Ключникова Л. В., Позняков В. П.* Социально-психологические факторы адаптации переселенцев к новым социально-психологическим и этнокультурным условиям (на примере немцев, выехавших из стран СНГ в Германию) // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 203–217.
- Ковалева Ю. В.* Родительское отношение и регуляция поведения в юношеском возрасте // Знание. Понимание. Умение. Научный журнал Моск. гуманитар. ун-та. 2011. № 4. С. 200–206.
- Коломинский Я. Л.* Психология взаимоотношений в малых группах (Общие и возрастные особенности). Минск: Изд-во БГУ, 1976.
- Козмецки Р.* Женщина в бизнесе / Под ред. О. П. Андреевой. СПб., 1992.
- Колениченко И. А.* Психологические представления о морали в обыденном сознании предпринимателей и менеджеров: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2003.
- Кольцова В. А., Журавлев А. Л.* К 40-летию Института психологии РАН и 85-летию со дня рождения Б. Ф. Ломова // Психологический журнал. 2012. Т. 33. № 1. С. 4–6.
- Кольцова В. А., Журавлев А. Л.* Сущностные характеристики и факторы формирования российского менталитета // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 3. С. 5–17.
- Кондратьев М. Ю., Кондратьев Ю. М.* Психология отношений межличностной значимости. М.: Пер Сэ, 2006.
- Корж Е. М.* Социально-психологические особенности представлений предпринимателей об успешности: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.

- Корнаи Я. Честность и доверие в переходной экономике // Вопросы экономики. 2003. №9. С. 4–17.
- Котляревский Э. Е. Психологические механизмы перехода от инженерной деятельности к предпринимательской: Дис. ... канд. психол. наук. Казань, 1999.
- Короткина Е. Д. Отношение к деньгам как компонент экономического сознания различных социальных групп // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 242–260.
- Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. №3. С. 122–139.
- Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1985.
- Краткий словарь по социологии. М.: Изд-во политической литературы, 1989.
- Кроник А. А., Кроник Е. А. Психология человеческих отношений. Дубна: Феникс–Когито-центр, 1998.
- Кузьмин Е. С. Основы социальной психологии. Л.: Изд-во ЛГУ, 1967.
- Культура и поведение в организации: российский опыт. М., 2008.
- Купрейченко А. Б. Отношение личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у менеджеров и предпринимателей): Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2001.
- Купрейченко А. Б. Введение в экономическую психологию // Методические материалы и программы к специализированным курсам по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам. М.: Аспект-Пресс, 2002. С. 377–402.
- Купрейченко А. Б. Психология доверия и недоверия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Купрейченко А. Б. Доверие и недоверие технике и социотехническим системам: постановка проблемы и обоснование подхода к исследованию // Ученые записки ИМЭИ. 2012. Т. 2. №1. С. 126–137.
- Купрейченко А. Б. Нравственная детерминация экономического самоопределения. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Купрейченко А. Б., Журавлев А. Л. Отношение современных российских предпринимателей к морально-этическим нормам делового поведения // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 89–109.
- Купрейченко А. Б., Журавлев А. Л. Понимание гуманизации управленческих отношений и основные направления ее исследования в ор-

- ганизации // Человеческий фактор: проблемы психологии и эргономики. 2007. №4. С. 97–102.
- Купрейченко А. Б., Журавлев А. Л. Структура и личностные детерминанты экономического самоопределения субъекта // Психологический журнал. 2008. Т. 29. №2. С. 5–15.
- Купрейченко А. Б., Журавлев А. Л. Отношение к деньгам предпринимателей с различным психологическим типом экономической активности // Психолого-экономические исследования. 2009. Т. 2. №1. С. 12–32.
- Купрейченко А. Б., Табхарова С. П. Критерии доверия и недоверия личности другим людям // Психологический журнал. 2007. Т. 28. №2. С. 55–67.
- Кэмпбелл Д. Т. Социальные диспозиции индивида и их групповая функциональность // Психологические механизмы регуляции социального поведения / Отв. ред. М. И. Бобнева, Е. В. Шорохова. М., 1979. С. 76–102.
- Лазурский А. Ф. Избранные труды по психологии. М.: Наука, 1997.
- Лазурский А. Ф., Франк С. Л. Программа исследования личности в ее отношениях к среде // Русская школа. 1912. Кн. 1–2.
- Лебедев А. Н., Боковиков А. К. Экспериментальная психология в российской рекламе. М., 1995.
- Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. СПб.: Питер, 2002.
- Лебедев А. Н. Динамика отношений российских потребителей к рекламе в период интенсивных общественных изменений // Проблемы экономической психологии. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 267–294.
- Лебедев А. Н., Гордякова О. В. Доверие к рекламе в структуре маркетинговых коммуникаций // Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2013. С. 472–484.
- Лебедев А. Н., Гордякова О. В. Личность в системе маркетинговых коммуникаций. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Лебедева Н. М. Социальная психология этнических миграций. М.: Изд-во ИЭА РАН, 1993.
- Левкович В. П. Взаимоотношения супругов в семьях предпринимателей // Психологический журнал. 2004. Т. 25. №5. С. 24–31.
- Левченко Е. В. История и теория психологии отношений. СПб.: Алетейя, 2003.
- Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975.
- Линчевский Э. Э. Социальная психология торговли. М.: Экономика, 1981.

- Личность в системе общественных отношений. Социально-психологические проблемы в условиях развитого социалистического общества. Материалы конференции. Ч. 3. М.: Академия наук СССР, 1983.
- Личность и бытие: субъектный подход: Материалы научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Личность профессионала в современном мире. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
- Ломов Б. Ф. Личность в системе отношений // Психологический журнал. 1981. Т. 2. № 1. С. 3–17.
- Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.
- Ломов Б. Ф. Психическая регуляция деятельности: Избранные труды. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.
- Ломов Б. Ф., Журавлев А. Л. Психология и управление. М.: Знание, 1978.
- Лутошкин А. К. Эмоциональные потенциалы коллектива. М.: Педагогика, 1988.
- Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2010.
- Макропсихология современного российского общества / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Малое предпринимательство в контексте российских реформ и мирового опыта / Под ред. А. Ю. Чепуренко. М., 1995.
- Малый В. И. Формирование бизнес-партнерства как социального института управления хозяйственными организациями в современной России: социологический анализ деловых сетей: Дис. ... докт. социол. наук. М., 2005.
- Марищук В. Л., Блудов Ю. М., Плахтиенко В. А., Серова Л. К. Методики психодиагностики в спорте. М.: Просвещение, 1964.
- Маркс К. Экономическо-философские рукописи 1844 года // Маркс К. и Энгельс Ф. Из ранних произведений. М.: Государственное издательство политической литературы, 1956. С. 517–642.
- Маркс К. Капитал // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. М.: Изд-во политической литературы, 1960. Т. 23.
- Мартюшев Д. Г. Мотивационно-ценностные особенности предпринимателей как фактор социально-политической безопасности России: Дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2004.
- Марченко В. В. Социальная психология предпринимательства. Ярославль: МАПН и ЯрГУ, 1996.

- Масленников В. В. Формирование партнерских отношений в предпринимательской деятельности (вопросы теории и практики): Автореф. дис. ... докт. эконом. наук. М., 1998.
- Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации. М., 1996.
- Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1992.
- Методики социально-психологической диагностики личности и группы. М.: Институт психологии АН СССР, 1990.
- Методики социально-психологического исследования личности и малых групп. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995.
- Методология комплексного человекознания и современная психология. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Методы психологического обеспечения профессиональной деятельности и технологии развития ментальных ресурсов человека. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Мещеркина Е. Биографии «новых русских»: гендерная легитимизация предпринимательства в постсоветском пространстве // Гендерные исследования. № 2. М., 1999. С. 123–144.
- Мизес Л. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. Челябинск: Социум, 2005.
- Миллер Л. В., Журавлев А. Л. Программа учебного курса «Методы социальной психологии (для психологических факультетов университетов)». М., 2006.
- Мингалеева Г. А. Коллективная установка в совместной деятельности при бригадной организации труда: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1985.
- Мироненко И. А., Журавлев А. Л. Система научных представлений Б. Д. Парыгина в области социальной психологии // Психологический журнал. 2012. Т. 33. № 5. С. 28–38.
- Модель И. М., Модель Б. С. Профессиональная культура предпринимателя // Социс. 1997. № 10. С. 10–15.
- Муздыбаев К. Экономическая депривация, стратегия ее преодоления и поиск социальной поддержки. СПб., 1997.
- Муздыбаев К. Психология ответственности / Под ред. В. Е. Семенова. М.: Книжный дом «Либроком», 2010.
- Муконина М. В. Типы профессионально ответственного отношения работников опасного производства в разных организационно-экономических условиях: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2002.
- Мурзина Ю. С., Позняков В. П. Основатели бизнес-династий в России признают значимое влияние семейных отношений на бизнес // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 7. С. 1215–1232.

- Мусаэлян И. Е., Сливницкий Ю. О.* Психология предпринимательства — новая область отечественной психологической науки // Вестник МГУ. Сер. 14. «Психология». 1995. № 1. С. 3—8.
- Мясищев В. Н.* Научно-характерологический анализ литературных типов // Вестник психологии, криминальной антропологии и педологии. 1914. Т. XI. Вып. 3. С. 45—66.
- Мясищев В. Н.* Проблема отношений человека и ее место в психологии // Вопросы психологии. 1957. № 5. С. 142—155.
- Мясищев В. Н.* Основные проблемы и современное состояние психологии отношений человека // Психологическая наука в СССР. М.: Изд-во АПН РСФСР, 1960. Т. 2. С. 110—125.
- Мясищев В. Н.* Взаимодействия и взаимоотношения людей как предмет социальной психологии // Тезисы докладов на II съезде Общества психологов. Вып. 5. М., 1963. С. 185—188.
- Мясищев В. Н.* Социальная психология и психология отношений // Проблемы общественной психологии / Под ред. В. Н. Колбановского, Б. Ф. Поршнева. М.: Мысль, 1965. С. 273—285.
- Мясищев В. Н.* Сознание как единство отражения действительности и отношения к ней // Проблемы сознания: материалы симпозиума. М., 1966. С. 126—133.
- Мясищев В. Н.* О взаимосвязи общения, отношения и отражения как проблеме общей и социальной психологии // Тезисы симпозиума «Социально-психологические и лингвистические характеристики форм общения и развития контактов между людьми». Л., 1970. С. 114—116.
- Мясищев В. Н.* Дружба и вражда в их социально-психологической значимости // Социальная психология личности. Л.: Знание, 1974. С. 13—19.
- Наумов В. Н.* Стратегическое взаимодействие бизнес-субъектов в маркетинговых каналах: Автореф. дис. ... докт. эконом. наук. СПб., 2008. Национальная программа «Российская деловая культура». М., 1997.
- Неверов А. Н.* Экономико-психологические факторы общественного развития. Саратов, 2008.
- Нестик Т. А.* Социальный капитал организации: психологический анализ (сообщение первое) // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 1. С. 52—63.
- Нестик Т. А.* Отношение к времени в малых группах и организациях. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
- Нестик Т. А., Журавлев А. Л.* Совместное творчество как ресурс деятельности организации: состояние и перспективы исследований // Психологический журнал. 2011. Т. 32. № 1. С. 3—21.

- Никуло Е. А.* Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2013.
- Никуло Е. А.* Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2013.
- Новиков В. В., Марченко В. В.* История возникновения и становления социальной психологии предпринимательства. Ярославль: МАПН и ЯрГУ, 1998.
- Новое в науках о человеке: К 85-летию со дня рождения академика И. Т. Фролова / Отв. ред. Г. Л. Белкина; ред.-сост. М. И. Фролова. М.: Ленанд, 2015.
- Обозов Н. Н.* Межличностные отношения. Л.: Изд-во ЛГУ, 1979.
- Обозов Н. Н.* Психология межличностных отношений. Киев: Лыбедь, 1990.
- Осипенко И. М.* Динамика экономического сознания студентов в процессе социализации: Дис. ... канд. психол. наук. Смоленск, 2005.
- Панкратова Т. М.* Гендерные установки и особенности межгруппового восприятия: Дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2001.
- Парадигмы в психологии: науковедческий анализ / Под ред. А. Л. Журавлева, Т. В. Корниловой, А. В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Парыгин Б. Д.* Основы социально-психологической теории. М.: Мысль, 1971.
- Перлаки И.* Нововведения в организациях. М.: Экономика, 1980.
- Петражицкий Л. И.* Теория права и государства в связи с теорией нравственности. Т. I. СПб., 1909.
- Петренко В. Ф.* Психосемантика сознания. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988.
- Петрова Н. И.* Ценностно-смысловая сфера личности руководителей государственной службы и предпринимателей // Психологический журнал. 2011. № 1. С. 34—44.
- Петровский А. В., Платонов К. К.* Психология межличностных отношений // Общая психология / Под ред. А. В. Петровского. М.: Просвещение, 1976. С. 136—156.
- Петровский А. В., Шпалинский В. В.* Социальная психология коллектива. М.: Педагогика, 1978.
- Петтигрю Т. Ф.* Расовые отношения в США: социологическая перспектива // Американская социология. Перспектива, проблемы, методы / Под ред. Г. В. Осипова. М.: Прогресс, 1972. С. 314—330.

- Пиаже Ж. Моральное суждение у ребенка. М.: Академический проект, 2006.
- Платонов К. К. О системе психологии. М.: Мысль, 1972.
- Платонов К. К. Мои личные встречи на великой дороге жизни. Воспоминания старого психолога. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
- Позняков В. П. Динамика межгрупповых отношений в трудовом коллективе в условиях организационно-экономического нововведения: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 1991.
- Позняков В. П. Динамика межгрупповых отношений в трудовом коллективе в условиях организационно-экономического нововведения: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 1991.
- Позняков В. П. Новая социальная группа: признаки, мотивы действий, трудности становления // Человек и труд. 1992. № 4–5. С. 14–17.
- Позняков В. П. Групповая дифференциация в сельских общностях в условиях изменения форм собственности // Психологический журнал. 1997. Т. 18. № 5. С. 62–73.
- Позняков В. П. Программа курса «Экономическая психология» // Психологическое обозрение. 1998. № 1. С. 55–61.
- Позняков В. П. Региональные особенности психологических отношений российских предпринимателей к своей деятельности // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 68–89.
- Позняков В. П. Психологические отношения субъектов экономической деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2000.
- Позняков В. П. Психология предпринимательства // Психология. Учебник для экономических вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Питер, 2000. С. 538–554.
- Позняков В. П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.
- Позняков В. П. Психологические отношения в условиях изменения форм собственности: Дис. ... докт. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2002.
- Позняков В. П. Социальная психология предпринимательства // Социальная психология: Учебное пособие для вузов / Отв. ред. А. Л. Журавлев. М.: Пер Сэ, 2002. С. 331–350.
- Позняков В. П. Экономическая психология // Социальная психология: Учебное пособие / Отв. ред. А. Л. Журавлев. М.: Пер Сэ, 2002. С. 292–313.

- Позняков В. П. Психология малых групп // Социальная психология: учебное пособие / Отв. ред. А. Л. Журавлев. М.: Пер Сэ, 2002.
- Позняков В. П. Экономическая психология. Программа курса для студентов факультета психологии. М.: МГСА, 2003.
- Позняков В. П. Экономическая психология как отрасль психологической науки // Проблемы экономической психологии. В 2 т. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. Т. 1. С. 27–57.
- Позняков В. П. Социальная психология предпринимательства: состояние исследований и современные тенденции развития // Журавлев А. Л., Соснин В. А., Красников М. А. Социальная психология: Учеб. пособие. М.: Форум–Инфра-М, 2006. С. 392–410.
- Позняков В. П. Региональные и гендерные особенности доверия российских предпринимателей к различным видам организаций // Экономическая психология в России и Беларуси. Минск: Экономпресс, 2007а.
- Позняков В. П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей // Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В. С. Степин. М.: Наука, 2007б. С. 513–528.
- Позняков В. П. Индивидуальный и групповой субъекты психических явлений // Личность и бытие: субъектный подход: Материалы научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. С. 315–318.
- Позняков В. П. Программы и методики социально-психологического исследования российских предпринимателей. М.: Изд-во МосГУ, 2010.
- Позняков В. П. Пространство и время психологических отношений человека // Ценностные трансформации в психологии отношений: Теория, социальная практика и перспективы. Материалы VII Международной научно-практической конференции. Владимир: Изд-во Владимирского государственного университета, 2010. С. 49–52.
- Позняков В. П. Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности // Психологический журнал. 2012. Т. 33. № 5. С. 5–15.
- Позняков В. П. Психология предпринимательства – актуальное направление современной экономической психологии // Экономическая психология в современном мире: Сборник научных статей. М.: Экон-информ, 2012. С. 253–275.
- Позняков В. П. Динамика доверия российских предпринимателей к различным организациям // Доверие и недоверие в условиях

- развития гражданского общества. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2013. С. 305–332.
- Позняков В. П.* Психологические отношения субъектов совместной жизнедеятельности // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 1. С. 167–174.
- Позняков В. П.* Социально-психологические характеристики российских предпринимателей с разным уровнем деловой активности // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 4. С. 212–220.
- Позняков В. П.* Создание электронной информационно-исследовательской базы данных «Социальная психология российского предпринимательства» // Сборник статей по материалам I (IV) Международной научно-практической конференции «Социально-экономические и психологические проблемы управления», проходившей в Московском городском психолого-педагогическом университете / Под общ. ред. М. Г. Ковтунович. М., 2013. С. 285–294.
- Позняков В. П.* Итоги и перспективы исследования российских предпринимателей с позиций концепции психологических отношений // Знание. Понимание. Умение. Изд-во МосГУ. 2014. № 1. С. 267–275.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Деловое партнерство как одна из форм деловой активности предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. 2009а. № 4. С. 36–43.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Ценностные ориентации как фактор отношения российских предпринимателей к деловому партнерству // Психология в экономике и управлении. 2009б. № 1. С. 51–64.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Взаимосвязь психологических отношений предпринимателей к деловому партнерству и их ценностных ориентаций // Социальная психология труда: Теория и практика. В 2 т. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. Т. 2. С. 397–420.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Субъективная оценка факторов, обуславливающих участие в деловом партнерстве, как основание построения типологии отношения предпринимателей к деловому партнерству // Социально-экономические и психологические проблемы управления. Сборник научных статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции 21–23 апреля 2011 г. / Под общей ред. М. Г. Ковтунович. М.: МГППУ, 2011а. С. 172–180.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству // Знание. Понимание. Умение. 2011б. № 2. С. 100–104.

- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* К вопросу о построении типологии психологических отношений человека к другим людям // V съезд всероссийской общественной организации «Российское психологическое общество». Материалы участников съезда. Т. 2. М.: Изд-во «Российское психологическое общество», 2012. С. 297–299.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Образ делового партнера в представлениях российских предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. ЗПУ. № 2. 2013. С. 217–224.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Деловое партнерство как вид социального взаимодействия: ресурсно-ценностный подход // Человеческий фактор: Проблемы психологии и эргономики. 2014а. № 2 (69). С. 3–11.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Отношение предпринимателей к принципам и нормам социального взаимодействия и оценка эффективности делового партнерства // Знание. Понимание. Умение. Изд-во МосГУ, 2014б. № 2. С. 158–168.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Психологические факторы эффективности делового партнерства // Прикладная юридическая психология. 2014в. № 2. С. 113–124.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Образ российского делового партнера: региональные, гендерные и социально-психологические особенности // Образы, традиции и культура межнационального мира и согласия: монография / Науч. ред. А. Д. Карнышев. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014г. С. 245–264.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Ресурсно-ценностный подход к анализу социального взаимодействия субъектов совместной жизнедеятельности // Знание. Понимание. Умение. 2014д. № 3. С. 257–268.
- Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Психология делового партнерства: теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.
- Позняков В. П., Груздева Е. А.* Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 3. С. 226–234.
- Позняков В. П., Ефимова Н. Ю.* Социально-психологические факторы экономического самоопределения предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. Изд-во МосГУ. 2012. № 2. С. 222–226.
- Позняков В. П., Журавлев А. Л.* Программа исследований социально-психологических особенностей экономического сознания российских предпринимателей // Позняков В. П. Программа и ме-

- тоды социально-психологического исследования российских предпринимателей. М.: Изд-во МосГУ, 2010. С. 27–44.
- Позняков В. П., Журавлев А. Л.* Социально-психологическая динамика личности и группы в условиях экономических реформ в России // Наука. Культура. Общество. 2017а. № 2. С. 5–17.
- Позняков В. П., Журавлев А. Л.* Социальная психология российского предпринимательства – актуальное направление современной психологии // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017б. С. 2135–2143.
- Позняков В. П., Журавлев А. Л., Дорофеев Е. Д.* Социально-психологические факторы деловой активности предпринимателей // Ежегодник Российского психологического общества. 1996. Т. 2. № 2.
- Позняков В. П., Никуло Е. А.* Ценностные ориентации предпринимателей с разным уровнем ответственного отношения к участникам делового взаимодействия // Психологический журнал. 2016. Т. 37. № 1. С. 79–88.
- Позняков В. П., Никуло Е. А.* Ценностные ориентации как фактор ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия // Человеческий фактор: Проблемы психологии и эргономики. 2014. № 4. (71). С. 22–31.
- Позняков В. П., Никуло Е. А.* Взаимосвязь ценностных ориентаций и характеристик ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия // Знание. Понимание. Умение. 2014. № 4. С. 200–212.
- Позняков В. П., Познякова Н. Н., Тихомирова С. В.* Социальная психология российского предпринимательства. Разработка информационно-исследовательской базы данных // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 4. С. 227–234.
- Позняков В. П., Титова О. И.* Психологические отношения российских предпринимателей: гендерные особенности // Вестник РГНФ. 2002. № 3. С. 162–173.
- Позняков В. П., Титова О. И.* Конкурентные и партнерские отношения российских предпринимателей: региональные и гендерные особенности // Проблемы экономической психологии. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 181–204.
- Позняков В. П., Титова О. И.* Отношение предпринимателей к конкуренции: гендерные различия // Знание. Понимание. Умение. 2014. № 3. С. 197–206.
- Позняков В. П., Титова О. И.* Особенности отношения предпринимателей мужчин и женщин к конкуренции и партнерству в де-

- ловом взаимодействии // Психологический журнал. 2014. Т. 35. № 4. С. 5–17.
- Позняков В. П., Тихомирова С. В.* Интерактивная информационно-исследовательская база данных «Социальная психология российского предпринимательства» // Знание. Понимание. Умение. 2015. № 1. С. 206–212.
- Позняков В. П., Филлинова Е. Б.* Психология успешного предпринимательства: опыт исследования и практической работы // Прикладная психология. 1998. № 5. С. 32–43.
- Позняков В. П., Филлинова Е. Б.* Динамика удовлетворенности предпринимательской деятельностью // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 110–126.
- Позняков В. П., Филлинова Е. Б.* Программа исследования удовлетворенности предпринимательской деятельностью // Современные проблемы психологии управления. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 144–165.
- Позняков В. П., Хромова В. Л.* Социально-психологическое исследование отношения к табакокурению. М.: Изд-во: Московский гуманитарный университет, 2010.
- Попов В. Д.* Психология и экономика: Социально-психологические очерки. М.: Сов. Россия, 1989.
- Попов В. Д., Хвезюк Н. Г.* Экономическая психология (корпоративное управление отношениями собственности). М.: Изд-во РАГС, 1999.
- Поршнев Б. Ф.* Социальная психология и история. М.: Наука, 1979.
- Поршнев Б. Ф.* Противопоставление как компонент этнического самосознания. М.: Наука, 1973.
- Посытанова О. С.* Социальная психология потребления: Учебное пособие. Калуга: Изд-во КГПУ, 2004.
- Почебут Л. Г., Журавлев А. Л.* Развитие социальной психологии в трудах Е. С. Кузьмина (к 95-летию со дня рождения) // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 3. С. 81–91.
- Пригожин А. И.* Нововведения: стимулы и препятствия (Социальные проблемы инноватики). М.: Изд-во полит. лит.-ры, 1989.
- Принцип развития в современной психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.
- Проблемы субъектов в постнеклассической науке. М.: Когито-Центр, 2007.
- Проблемы психологической безопасности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

- Проблемы фундаментальной и прикладной психологии профессиональной деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Проблемы экономической психологии. Т. 1 / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.
- Проблемы экономической психологии. Т. 2 / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
- Прогресс психологии: критерии и признаки. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Прозоровская К. А.* Оценка влияния социальных норм поведения в предпринимательстве на деятельность фирмы: Дис. ... канд. эконом. наук. СПб., 1996.
- Психологические исследования глобальных процессов: предпосылки, тенденции, перспективы / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Д. А. Котова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018.
- Процедуры и методы экспериментально-психологических исследований. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.
- Психология. Учебник для экономических вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Питер, 2000.
- Психология XXI века: Учебник для вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Пер Сэ, 2003.
- Психология адаптации и социальная среда: современные подходы, проблемы, перспективы. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Психология и экономика. Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО. Калуга, 2002.
- Психология отношений человека и психическая регуляция реальности. М.—Владимир, 2007.
- Психология отношений: полисистемный субъектно-деятельностный подход: Материалы методологического семинара. М.—Владимир—Кострома, 2009.
- Психология отношения человека к жизнедеятельности: проблемы и перспективы. Тезисы докладов международной научно-практической конференции, посвященной 120-летию со дня рождения В. Н. Мясищева. Владимир: Изд-во Владимирского гос. ун-та, 2013.
- Психология отношения человека к жизнедеятельности: проблемы и перспективы. Тезисы докладов международной научно-практической конференции. Владимир: Изд-во Владимирского гос. ун-та, 2016.

- Психология предпринимательской деятельности (Развитие российского предпринимательства в начале 1990-х гг.) / Под ред В. А. Бодрова. М.: Институт психологии РАН, 1995.
- Психология предпринимательства. Хрестоматия / Ред.-сост. Д. Я. Райгородский. М.: Бахрах, 2007.
- Психология сегодня: Теория, образование и практика. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.
- Психология: современные направления междисциплинарных исследований: Материалы научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003.
- Психология, управление, бизнес: проблемы взаимодействия. Тверь: Изд-во ТвГУ, 2016.
- Психология управления в современной России: Теория, эмпирические исследования, практика: Материалы Международной научно-практической конференции. Тверь: Тверской гос. ун-т и др., 2010.
- Психология человека в современном мире. Т. 5. Личность и группа в условиях социальных изменений: Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Психология человека и общества: научно-практические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Психолого-экономические аспекты управленческой деятельности / Под ред. В. П. Фоминых. Чебоксары: Изд-во ЧГУ, 2003.
- Психолого-экономические и этнокультурные ресурсы улучшения межнациональных отношений в российских регионах: материалы Международной научно-практической конференции. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014.
- Радаев В. В.* Экономическая функция и психологический аспект предпринимательства // Российский экономический журнал. 1995. № 10. С. 89–96.
- Радаев В. В.* Экономическая социология. Курс лекций. М.: Аспект-Пресс, 2000.
- Развитие психологии в системе комплексного человекознания: Материалы Всероссийской научной конференции. Ч. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Развитие психологии в системе комплексного человекознания: Материалы Всероссийской научной конференции. Ч. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

- Райзберг Б. А.* Психологическая экономика. Учеб. пособие. М.: Инфра, 2005.
- Ромazan И. В.* Психологические особенности предпринимателя как субъекта деятельности: Дис. ... канд. психол. наук. СПб., 1996.
- Российское предпринимательство: стратегия, власть, менеджмент / Отв. ред. А. Е. Чирикова. М.: Изд-во Института социологии РАН, 2000.
- Роцин С. К.* Психология предпринимательской деятельности // Психологический журнал. 1993. Т. 14. № 5.
- Роцин С. К.* Предпринимательская деятельность: психология и идеология // Психологический журнал. 1995. Т. 16. № 1. С. 31–42.
- Рубинштейн С. Л.* Проблемы общей психологии. М.: Педагогика, 1973.
- Рюттингер Р.* Культура предпринимательства. М.: Эком, 1992.
- Самуэльсон П.* Экономика. М.: Политиздат, 1984.
- Саймон Г. А.* Рациональное принятие решений в деловых организациях // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 6. С. 25–34.
- Сагатовский В. Н.* Основы систематизации всеобщих категорий. Томск, 1973.
- Саторовская М. В.* Психология межпоколенных отношений в семье: Дис. ... докт. психол. наук. Кострома, КГУ им. Н. А. Некрасова, 2013.
- Сафонов В. С. Особенности доверительного общения: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: ИП АН СССР, 1978.
- Свидерский В. И.* О диалектике отношений. М., 1983.
- Селиванов В. В.* Мышление в личностном развитии субъекта: Дис. ... докт. психол. наук. Смоленск: СГУ, 1999.
- Селигмен А.* Проблема доверия. М.: Идея-Пресс, 2002.
- Семёнов В. Е.* Российская полиментальность и социально-психологическая динамика на перепутье эпох. СПб., 2008.
- Семенов М. Ю.* Особенности отношения к деньгам у людей с разным уровнем психологической зрелости: Дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2004.
- Семенов М. Ю.* Отношение личностно зрелых людей к деньгам // Психологический журнал. 2012. Т. 33. № 1. С. 66–72.
- Сиващенко Е. Н.* Отношения работников к руководителям на предприятиях с разной формой собственности: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2003.
- Сиващенко Е. Н., Журавлев А. Л.* Предпочтение личностных качеств руководителя работниками предприятий с разными формами собственности // Социально-психологическая динамика в усло-

- виях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 142–160.
- Скрипкина Т. П.* Психология доверия: учеб. пособие. М.: ИЦ «Академия», 2000.
- Служба социального развития предприятия: практическое пособие. М.: Наука, 1989.
- Смелзер Н.* Социология. М.: Феникс, 1994.
- Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений / Отв. ред. А. Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997.
- Совместная деятельность: Методология, теория, практика / Е. В. Шорохова. М.: Наука, 1988.
- Совместная деятельность: методы исследования и управления. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1992.
- Современная психология: многообразие научного поиска / Под ред. Р. А. Ахмерова, С. П. Дырина, А. Л. Журавлева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Современная психология: состояние и перспективы исследований: юбилейная научная конференция. Ч. 2. Общая и социальная психология, психология личности и психофизиология, экономическая, организационная и политическая психология. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002.
- Современная психология: состояние и перспективы исследований: юбилейная научная конференция. Ч. 5. Программы и методики психологического исследования личности и группы. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002.
- Современная психология: справочное руководство / Отв. ред. В. Н. Дружинин. М.: Инфра-М, 1999.
- Современная социальная реальность России и государственное управление: социальная и социально-политическая ситуация в России в 2012 году. В 2 т. Т. 1. М.: ИСПИ РАН, 2014.
- Современное состояние и перспективы развития психологии труда и организационной психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Современные проблемы психологии управления / Отв. ред. Т. П. Емельянова, А. Л. Журавлев, Г. В. Телятников. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002.
- Современные проблемы экономической психологии и этики делового общения в трудовой, управленческой и предпринимательской деятельности: Материалы конференции. СПб.: Изд-во СПб. ун-та экономики и финансов, 2001.

- Современные тенденции развития психологии труда и организационной психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Современный экономический словарь. М.: Инфра-М, 2001.
- Соина И. А. Динамика ценностных ориентаций личности в ее изменяющемся социально-психологическом пространстве (на примере учащихся средних школ и средних специальных учебных заведений): Дис. ... канд. психол. наук. М., 2011.
- Соина И. А., Журавлев А. Л. Ценностные ориентации личности и предпочтения ею разных категорий значимых других // Человек в экономических и социальных отношениях. М.: Изд-во ИМЭИ, 2012. С. 153–155.
- Соколинский В. М. Психологические основы экономики. М.: Юнити, 1999.
- Соколова Е. С. Особенности структуры мотивов лидерства старшеклассников разного пола (на примере временных коллективов молодежного лагеря): Дис. ... канд. психол. наук. М.: МГСА, 2003.
- Соснин В. А., Журавлев А. Л., Красников М. А. Социальная психология: Учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Форум–Инфра-М, 2014.
- Социальная психология: учебное пособие для вузов / Отв. ред. А. Л. Журавлев. М.: Пер Сэ, 2002.
- Социальная психология / Под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова. Л.: Изд-во ЛГУ, 1979.
- Социальная психология труда: Теория и практика. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010.
- Социальная психология труда: Теория и практика. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010.
- Социальная психология экономического поведения / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М.: Наука, 1999.
- Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998.
- Социально-психологическая оценка рисков современной реальности: очевидное и вероятное / Под науч. ред. О. А. Белобрыкиной. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2017.
- Социально-психологические исследования коррупции / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Д. А. Китова, В. А. Соснин. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017.
- Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / Отв. ред.: А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.

- Социально-психологические методы практической работы в коллективе: диагностика и воздействие. М.: Институт психологии АН СССР, 1990.
- Социально-психологические проблемы бригадной формы организации труда / Отв. ред. Е. В. Шорохова, А. Л. Журавлев. М.: Наука, 1987.
- Социально-психологические резервы повышения эффективности деятельности трудового коллектива. М.: Институт психологии АН СССР, 1989.
- Спасенников В. В. Экономическая психология. Изд. третье. М.: Пер Сэ, 2008.
- Становление нового российского предпринимательства / Отв. ред. В. В. Радаев. М.: Институт экономики РАН, 1993.
- Стародубцев В. Ф. Деловое взаимодействие: путь к успеху (проблемы межкультурной коммуникации в сфере бизнеса и предпринимательства). М.: ЗАО изд-во «Экономика», 2007.
- Субъектный подход в психологии / Под ред. А. Л. Журавлева, В. В. Знакова, З. И. Рябикиной, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.
- Сумарокова В. А., Журавлев А. Л. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные и половые различия // Ученые записки ИМЭИ. 2012. Т. 2. № 1. С. 34–42.
- Сушков И. Р. Межгрупповые отношения в производственной организации: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1983.
- Сушков И. Р. Исследования приверженности к группе в условиях производственной организации // Психол. журн. 1988. Т. 9. № 2. С. 144–148.
- Сушков И. Р. Совместная деятельность групп в организации // Совместная деятельность: методология, теория, практика / Отв. ред. А. Л. Журавлев, П. Н. Шихирев, Е. В. Шорохова. М.: Наука, 19886. С. 76–87.
- Сушков И. Р. Психология взаимоотношений. М.: Академический проект–Изд-во «Институт психологии РАН»; Екатеринбург: Деловая книга, 1999.
- Сушков И. Р. Психология взаимоотношений групп в социальной системе: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2002.
- Сушков И. Р. Психологические отношения человека в социальной системе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
- Табхарова С. П. Взаимосвязь доверия и недоверия личности другим людям с отношением к соблюдению нравственных норм делового поведения. Дис. ... канд. психол. наук. М., 2008.

- Татарко А. Н.* Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.
- Творчество: наука, искусство, жизнь: Материалы Всероссийской научной конференции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
- Тенденции развития современной психологической науки: тезисы юбилейной научной конференции. Ч. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Тенденции развития современной психологической науки: тезисы юбилейной научной конференции. Ч. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Теория и методология психологии: Постнеклассическая перспектива / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Титова О. И.* Гендерные различия отношений российских предпринимателей к конкуренции и партнерству: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2007.
- Троицкий М. М.* Наука о духе. Общие свойства и законы человеческого духа. В 2 т. М., 1882.
- Тугарева Е. В.* Процессы предпочтения и отвержения как основания социального выбора: Дис....канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 1996.
- Тугарева Е. В.* Экономическая психология. Программа курса лекций для психологических факультетов. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998.
- Тугарева Е. В.* Введение в экономическую психологию // Психология. Учебник для экономических вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Питер, 2000. С. 482–515.
- Тугарева Е. В., Журавлев А. Л.* Психологические факторы принятия решения о выборе руководителя из нескольких кандидатур // Практическое мышление: функционирование и развитие. М.: Институт психологии АН СССР, 1990. С. 68–75.
- Турицкая Г. В.* Социально-психологическая типология деловой активности женщин: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1999.
- Турицкая Г. В., Хащенко В. А.* Социально-психологический анализ различных категорий работающих женщин // Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 183–198.
- Уемов А. И.* Вещи, свойства и отношения. М., 1963.
- Уманский Л. И.* Поэтапное развитие группы как коллектива // Коллектив и личность. М.: Наука, 1975. С. 77–87.

- Ушаков Д. В., Журавлев А. Л.* Фундаментальная психология и психологическая практика: состояние и перспективы взаимодействия // Малая группа как объект и субъект психологического влияния. Материалы Всероссийской научной конференции (с международным участием). Ч. 1. Курск: Курский гос. ун-т, 2011. С. 12–22.
- Ушаков Д. В., Журавлев А. Л.* Теория и практика: взгляды с разных сторон (ответ на комментарий) // Психологический журнал. 2012. Т. 33 № 2. С. 127–132.
- Феномен и категория зрелости в психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.
- Фенько А. Б.* Проблема денег в зарубежных психологических исследованиях // Психологический журнал. 2000. Т. 21. № 1. С. 50–62.
- Фенько А. Б.* Гендерные различия в отношении россиян к деньгам // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 261–279.
- Филинкова Е. Б.* Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2001.
- Филинкова Е. Б.* Психология российского предпринимательства. Учебное пособие. М.: Ректор, 2007.
- Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983.
- Фоломеева Т. В.* Экономические ценности в структуре социальных представлений о благополучии представителей разных социальных групп // Проблемы экономической психологии. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 433–475.
- Фрейд З.* Психология масс и анализ человеческого «Я». М., 1925.
- Фукуяма Ф.* Доверие. М.: Хранитель, 2006.
- Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития / Отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017.
- Хабаров И. П.* Гендерные особенности современных подростков в условиях нивелирования традиционных отношений мужчин и женщин: на материале изучения сельских подростков: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2003.
- Хащенко В. А.* Ценностные ориентации различных социальных групп в условиях разных форм собственности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 107–121.

- Хащенко В. А. Психология экономического благополучия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
- Хащенко В. А. Личность и группа в экономических и управленческих отношениях. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.
- Хащенко В. А., Баранова А. В. Взаимосвязь оценки качества жизни и экономико-психологического статуса личности // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 501–526.
- Хащенко В. А., Шибанова Е. В. Представления о богатстве и бедности в различных социально-экономических условиях жизни: региональный аспект // Проблемы экономической психологии. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 476–512.
- Хащенко Н. Н. Взаимосвязь актуального экологического сознания личности и ее отношения к социально-экономическим условиям жизнедеятельности // Развитие психологии в системе комплексного человекознания. Ч. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. С. 608–614.
- Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность. Т. 1, 2. М., 1988.
- Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. М., 1992.
- Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1. М.: Прогресс, 1992.
- Хоманс Дж. Социальное поведение как обмен // Современная зарубежная социальная психология: Тексты. М.: Изд-во Моск ун-та, 1984. С. 82–91.
- Хромова В. Л. Межгрупповые различия в отношении к табакокурению (на примере курящих и некурящих мужчин и женщин). Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2011.
- Цветков С. А. Групповые формы психологической помощи безработным // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 357–378.
- Цветков С. А., Жилина Ж. А. Обучение дошкольников навыкам инвестиционно-сберегающего поведения // Проблемы экономической психологии. Т. 1. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 445–460.
- Ценности культуры и модели экономического поведения / Под ред. Н. М. Лебедевой, А. Н. Татарко. М.: Спутник, 2011.
- Ценностные трансформации в психологии отношений: Теория, социальная практика, перспективы: Материалы VII международной научно-практической конференции / Под ред. А. Л. Журавлева, В. А. Зобкова, Н. П. Фетискина и др. Владимир, 2010.

- Чередняк Ю., Журавлев А. Л. Совместная жизнедеятельность трудового коллектива в условиях частичного сокращения персонала // Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций. М.: Социум— Изд-во «Институт психологии РАН», 2001. С. 178–201.
- Чернышев А. С. Организованность как свойство совместной коллективной деятельности // Совместная деятельность: Методология, теория, практика. М.: Наука, 1988. С. 66–75.
- Чиликин А. Н. Социально-психологические основы развития предпринимательства в реальном секторе экономики: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2005.
- Чирикова А. Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал. 1998. Т. 19. № 1. С. 62–74.
- Чирикова А. Е., Кричевская О. Н. Социально-психологические проблемы становления женского предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1996.
- Шибанова Е. С., Хащенко В. А. Представления о богатом и бедном человеке в различных социально-экономических группах // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Ч. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 332–345.
- Шихирев П. Н. Современная социальная психология. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999.
- Шихирев П. Н. Введение в российскую деловую культуру. М.: Новости, 2000.
- Шихирев П. Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 17–32.
- Шляховая Е. В. Социально-психологические факторы медиадоверия // Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2013. С. 485–508.
- Шо Р. Б. Ключи к доверию в организации: результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000.
- Шорохова Е. В. Психологический аспект проблемы личности // Теоретические проблемы психологии личности. М.: Наука, 1974. С. 3–33.
- Шорохова Е. В. Социальная психология (проблемы и задачи) // Методологические проблемы социальной психологии. М.: Наука, 1975. С. 3–16.
- Шорохова Е. В. Социальная детерминация поведения // Психологические проблемы социальной регуляции поведения. М.: Наука, 1976. С. 5–28.

- Шорохова Е. В.* Динамика психологии личности и групп в условиях НЭПа // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 81–106.
- Шорохова Е. В.* Психологические особенности российского предпринимательства: исторический аспект // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999а. С. 17–43.
- Шорохова Е. В.* Психологические особенности социально-экономических преобразований в сельском хозяйстве России в 20–30-е годы XX века // Социальная психология экономического поведения. М.: Наука, 1999б. С. 28–55.
- Шорохова Е. В.* Социальное поведение личности и его регуляция // Социальная психология: учебное пособие. М.: Пер Сэ, 2002. С. 105–122.
- Шорохова Е. В., Платонов К. К., Зотова О. В., Новиков В. В.* Социально-психологические проблемы социалистического соревнования // Социально-психологические аспекты социалистического соревнования. М.: Наука, 1977. С. 23–40.
- Шрадер Х.* Доверие, сети и социальный капитал // Экономика и социология доверия. СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2004. С. 49–61.
- Штомпка П.* Доверие – основа общества / Пер. с польск. Н. В. Морозовой. М.: Логос, 2012.
- Шумпетер Й.* Теория экономического развития: Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. М., 1982.
- Экономика и социология доверия / Под ред. Ю. В. Веселова. СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2004.
- Экономическая психология: социокультурный аспект / Под ред. И. В. Андреевой. СПб.: Питер, 2000.
- Экономическая психология в структуре жизненных реалий / Под ред. М. А. Винокурова, А. Д. Карнышева. Иркутск, ИГЭА, 2001.
- Экономическая психология: Актуальные теоретические и прикладные проблемы. Материалы десятой международной научно-практической конференции / Под общ. ред. А. Д. Карнышева. Иркутск, 2009.
- Экономическая психология: вопросы теории и практики / Под ред. А. И. Муравьева и Э. Х. Локшиной. СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2001.
- Экономическая психология в России и Беларуси / Под ред. А. Л. Журавлева, В. А. Поликарпова. Минск: Экономпресс, 2007.

- Экономическая психология: Актуальные теоретические и прикладные проблемы. Материалы тринадцатой международной научно-практической конференции / Под общ. ред. А. Д. Карнышева. Иркутск, БГУЭП, 2012.
- Экономическая психология: Современные проблемы и перспективы развития. Материалы международной научно-практической конференции. СПб.: ИМЦ «НВШ-СПб», 2015.
- Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее. Вып. 3. Материалы второй международной научно-практической конференции / Под ред. А. Н. Неверова, А. В. Латкова. Саратов: ЦПЭИ СНЦ РАН; Буква, 2016.
- Юданов А. Ю.* Конкуренция: теория и практика. М.: Гном и Д, 2001.
- Юревич А. В., Журавлев А. Л.* Социально-психологические последствия неравенства доходов // Вопросы психологии. 2013. № 4. С. 45–57.
- Юревич А. В., Журавлев А. Л.* Коллективные смыслы как предпосылка личного счастья // Психологический журнал. 2014. Т. 35. № 1. С. 5–15.
- Юридический энциклопедический словарь. М.: Инфра-М, 2001.
- Ядов В. А.* Диспозиционная концепция личности // Социальная психология / Под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова. Л.: Изд-во ЛГУ, 1979. С. 106–120.
- Ясвин В. А.* Психология отношения к природе. М.: Смысл, 2000.
- Adorno T., Frenkel-Brunswik E., Levinson D., Sanford N.* The Authoritarian Personality. Studies in Prejudice Series. V. 1. N. Y.: Harper & Row, 1950.
- Albou P.* La Psychologie Economique. Paris, 1984.
- Antonides G.* Psychology in Economics and Business. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 1991.
- Berkowitz L.* Aggression: a social psychological analysis. N. Y., 1962.
- Berkowitz L.* Social norms, feelings, and other factors affecting helping behavior and altruism // Advances in Experimental Social Psychology. 1972. № 6. P. 63–108.
- Berkowitz L., Walster E.* (Eds). Equity theory: towards a general theory of social interaction. N. Y., 1976.
- Blake R. R., Mouton J. S.* Overvaluation of own groups product in intergroup competition // J. of Abnor. and Soc. Psychol. 1962. V. 3.
- Brockhaus R. H.* The psychology of entrepreneur // Encyclopedia of Entrepreneurship. N. J.: Prentice-Hall, 1982. P. 39–57.
- Brown R.* Divided we fall: an analysis of relations between sections of factory // H. Tajfel (Ed.). Differentiation between social groups. Studies in the social psychology of intergroup relations. L.: Academic Press, 1978. XV. P. 395–429.

- Baum J. R., Frese M., Baron R. A.* The psychology of entrepreneurship. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum, 2007.
- Baum J. R., Frese M., Baron R. A., Katz J. A.* Entrepreneurship as an area of psychology study: An introduction, 2007.
- Baum J. R., Frese M., Baron R. A.* (Eds). The psychology of entrepreneurship. 1–18. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum, 2007.
- Baum J. R., Locke E. A., Kirkpatrick S. A.* A longitudinal study of the relation of vision and vision communication to venture growth in entrepreneurial firms // *Journal of Applied Psychology*. 1998. V. 83. P. 43–54.
- Baum J. R., Locke E. A., Smith K. G.* A multidimensional model of venture growth // *Academy of Management Journal*. 2001. V. 44. P. 292–303.
- Ireland R.* Duane and Webb Justin W. A Cross-Disciplinary Exploration of Entrepreneurship Research // *Journal of management*. SAGE. 2007. V. 33. №6. P. 891–927.
- Kets de Vries M. F. R.* The entrepreneurial personality: A person at the crossroads // *J. of Management Studies*. 1977. V. 14. P. 34–57.
- Latane B., Darley J. M.* Group inhibition of bystander intervention in emergencies // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1968. № 10. P. 215–221.
- Latane B., Darley J. M.* The Unresponsive Bystander: Why Doesn't He Help? N. Y.: Appleton-Century-Crofts, 1970.
- Le Bon G.* Psychologie du socialisme. Paris, 1896.
- Leibenstein Y.* Inside the Firm: The Inefficiencies of Hierarchy. Gamburg, Mass.: Harvard University Press, 1987.
- Luthans F., Youssef C.* Human, social and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage // *Organizational Dynamics*, 2004. V. 33. P. 143–160.
- McDougall W.* An introduction in social psychology. L., 1908.
- Morley J. E., Stephenson C. M.* The social psychology of bargaining. L., 1977. Psychology of Entrepreneurs. Research and Education / Coordinated by J. A. Moriano, M. Gorgievski. Madrid: Universidad nacional de educacion a distancia, 2007.
- Reynald P. L.* Economic Psychology. N. Y.: Praeger, 1981.
- Rotter J. B.* Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement // *Psychological Monographs: General and Applied*. 1966. V. 80.
- Shane S.* A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. Northampton, MA: Edward Elgar, 2003.
- Shane S., Venkataraman, S.* The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*. 2000. № 25. P. 217–236.

- 13th Nordic Conference on Small Business Research. 2004. URL: <http://web.bi.no/forskning/ncsb2004.nsf/pages/index> (дата обращения: 29.11.2017).
- Schneider F.* Size and measurement of the informal economy in 110 countries around the world. Canberra, Australia, 2002.
- Stewart W. H., Roth P. L.* Data quality affects meta-analytic conclusions: A response to Miner and Raju (2004) concerning entrepreneurial risk propensity // *Journal of Applied Psychology*. 2004. V. 89. P. 14–21.
- Sumner W. G.* Folkways. Boston, 1906.
- Sherif M., Sherif C. W.* Groups in harmony and tension. N. Y., 1953.
- Staub E.* Helping a distressed person: Social, personality and stimulus determinants // *Advances in Experimental Social Psychology*. 1974. № 7. P. 293–341.
- Stephenson G. M.* Intergroup bargaining and negotiation // J. C. Turner, H. Giles (Eds). Intergroup behaviour. Oxford, 1984.
- Tajfel H.* Intergroup behavior, social comparison and social change. Katz Newcomb Lectures. Anu-Arbor, 1974.
- Tajfel H.* Social psychology of intergroup relations // *Annual Review of Psychology*. 1982. V. 33. P. 1–35.
- Tajfel H., Turner J. C.* An integrative theory of intergroup conflict // The social psychology of intergroup relations / W. S. Austin, S. Worchel (Eds). Monterey, Calif.: Brooks/Cole, 1979.
- The social psychology of intergroup relations / W. G. Austin, S. Worchel (Eds). Monterey, Calif., 1979.
- Turner J. C., Giles H.* (Eds). Intergroup behaviour. Oxford, 1984.
- Van Raaij W. F., Van Veldhoven C. M., Warnerid K.-E.* (Eds). Handbook of Economic Psychology. Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 1988.
- Warneryd K.-E.* The Psychology of Innovative Entrepreneurship // Handbook of economic psychology. Dordrecht, 1988. P. 405–447.
- Webb J. W., Tihanyi L., Ireland R. D., & Sirmon D. G.* The informal economy: Entrepreneurship between formal and informal institutional boundaries. 2007. Working paper.
- Welsh J. A., White J. F.* The entrepreneur's master planning guide. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc., 1983.
- Welter F.* Exploring the role of trust in entrepreneurial activity. University of Siegen, Germany, 2006.
- Worchel S.* Cooperation and the reduction of intergroup conflict some determining factors // W. G. Austin, S. Worchel (Eds). The social psychology of intergroup relations. Monterey, Calif., 1979.

-
- Zhao H., Seibert S. E., Hills G. E.* The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions // *Journal of Applied Psychology*. 2005. V. 90. P. 1265–1272.
- Zhuravlev A. L., Pozniakov V. P.* Social-psychological analysis of interrelations between businessmen and authorities // *Psychological pulse of Russia* / Ed. by V. V. Novikov. Moscow, 1997. P. 202–207.
- Zhuravlev A., Pozniakov V.* Russian entrepreneurs in today's social structure // *Russian Social Science Review*. 1995. V. 36. № 5. P. 5–23.

Приложения

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Опросник Сишора

1. Как вы оценивали бы свою принадлежность к бригаде, свое положение в ней?
 - 1.1. Чувствую себя полноправным членом коллектива, его частью.
 - 1.2. Участвую в большинстве видов деятельности как на работе, так и вне работы.
 - 1.3. Участвую в одних видах деятельности и не участвую в других.
 - 1.4. Я не чувствую, что являюсь членом коллектива, его частью.
 - 1.5. Не знаю, затрудняюсь ответить.
2. Перешли бы вы работать в другой коллектив, если бы представилась такая возможность (без изменения условий труда и размера оплаты?)
 - 2.1. Да, очень хотел бы перейти в другой коллектив.
 - 2.2. Скорее всего перешел бы.
 - 2.3. Не вижу никакой разницы.
 - 2.4. Скорее всего остался бы в своем коллективе.
 - 2.5. Очень хотел бы остаться в своем коллективе.
 - 2.6. Не знаю, трудно сказать.
3. Как бы вы оценили взаимоотношения между работниками в вашем коллективе на работе?
 - 3.1. Лучше, чем в большинстве других коллективов.
 - 3.2. Примерно такие же, как и в большинстве других коллективов.
 - 3.3. Хуже, чем в большинстве коллективов.
 - 3.4. Не знаю.

4. Как бы вы оценили взаимоотношения между работниками вашего подразделения вне работы?
 - 4.1. Лучше, чем в большинстве других коллективов.
 - 4.2. Примерно такие же, как и в большинстве других коллективов.
 - 4.3. Хуже, чем в большинстве коллективов.
 - 4.4. Не знаю.
5. Как бы вы оценили взаимоотношения между вашим коллективом и администрацией предприятия?
 - 5.1. Лучше, чем в большинстве других коллективов.
 - 5.2. Примерно такие же, как и в большинстве других коллективов.
 - 5.3. Хуже, чем в большинстве других коллективов.
 - 5.4. Не знаю.
6. Как бы вы оценили отношение к работе в вашем коллективе?
 - 6.1. Лучше, чем в большинстве других коллективов.
 - 6.2. Примерно такое же, как и в большинстве других коллективов.
 - 6.3. Хуже, чем в большинстве коллективов.
 - 6.4. Не знаю.

Методика межгруппового сравнения и оценки

Инструкция к проведению опроса

Уважаемый товарищ! Просим вас оценить некоторые особенности коллектива подразделения, в котором вы работаете и некоторых других подразделений хозяйства, с которыми вы связаны по работе. Оценку проводите проставлением отметки (X) и обозначения номера соответствующего подразделения по предлагаемому списку (например, X1, X2 и т. д.) на линии, края которой соответствуют минимальному и максимальному значениям оцениваемого качества. Оценивать нужно группу в целом, т. е. как то или иное качество в конечном счете проявляется в работе и поведении членов коллектива по преимуществу. Если вы затрудняетесь или сомневаетесь в оценке какого-либо качества, то оценивать группу по этому качеству не нужно.

1. Производственные результаты работы коллектива

очень низкие средние очень высокие

2. Добросовестность в отношении к работе

очень низкая средняя очень высокая

3. Сотрудничество и взаимопомощь в коллективе

очень низкое среднее очень высокое

4. Привлекательность коллектива в целом

очень низкая средняя очень высокая

Ретроспективный опросник

Уважаемый товарищ! Вот уже около года вы работаете в условиях арендного подряда. Исследовательской группе очень хотелось бы узнать ваше мнение о том, какие изменения произошли в вашей работе за это время. Ваши мнения будут учтены в дальнейшей работе по совершенствованию управления хозяйством. Заранее благодарим вас за участие в исследовании и искренние ответы.

1. Какие наиболее существенные изменения произошли в работе вашего подразделения после перехода на аренду?
2. В чем вы видите позитивные стороны арендного подряда?
3. Каковы, по вашему мнению, отрицательные стороны арендного подряда?
4. Какие изменения произошли в коллективе вашего подразделения за время работы на арендном подряде? В правой части листа отметьте знаком позицию, соответствующую вашему мнению о том, как изменилась степень выраженности того или иного качества в вашем коллективе (возросло — «+», осталось на прежнем уровне — «0», уменьшилось — «-»).

Названия качеств

Профессиональное мастерство
Качество выполнения работы
Оперативность (выполнение работы в срок)
Хозяйское отношение к делу
Предприимчивость
Работоспособность
Трудолюбие
Добросовестность в отношении к работе

Сотрудничество и взаимопомощь в коллективе
Сплоченность, дружность коллектива
Организованность в работе
Ответственность за выполняемую работу
Доброжелательность
Взаимная требовательность
Сотрудничество с другими коллективами
Защита интересов своего коллектива
Требовательность к работе других подразделений
Оказание помощи другим коллективам
Доброжелательность по отношению к другим коллективам
Согласование спорных вопросов с другими коллективами
Производственные результаты работы
Привлекательность коллектива в целом

5. Как изменились, по вашему мнению, отношения в коллективе вашего подразделения за время работы на арендном подряде?
 - 5.1. Отношения улучшились
 - 5.2. Отношения ухудшились
 - 5.3. Отношения сначала улучшились, а потом ухудшились
 - 5.4. Отношения сначала ухудшились, а потом улучшились
 - 5.5. Отношения не изменились
6. Какие изменения, по вашему мнению, произошли в отношениях между подразделениями колхоза после перехода на арендный подряд?
 - 6.1. Отношения улучшились
 - 6.2. Отношения ухудшились
 - 6.3. Отношения сначала улучшились, а потом ухудшились
 - 6.4. Отношения сначала ухудшились, а потом улучшились
 - 6.5. Отношения не изменились

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

ПРОГРАММА ОПРОСА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ОТНОШЕНИЯ СЕЛЬСКИХ ЖИТЕЛЕЙ К СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ ИЗМЕНЕНИЯМ

Уважаемые жители села! Институт психологии Российской академии наук и Центр гуманитарных исследований изучают мнение сельских жителей о социально-экономических изменениях, связанных с аграрной реформой на селе. Исследование проводится с научной целью и направлено на учет мнений сельских жителей при проведении реформы в различных регионах России. Просим вас ответить на ряд вопросов. Варианты ответов, как правило, даются в анкете. Просим вас отметить тот вариант, который наиболее полно отражает ваше мнение. Заранее благодарим вас за участие в исследовании и искренние ответы.

1. Где и кем вы работаете в настоящее время?
 - где (напишите)
 - кем (напишите)
2. Где вы родились и провели детство?
 - местный уроженец (включая уроженцев ближайших сел)
 - приезжий
 - другое (напишите)
3. Как вы думаете, кого можно назвать крестьянином?
 - того, кто живет в деревне
 - того, кто работает на земле
 - того, кто живет по старым народным обычаям
 - другое (напишите)
4. Считаете ли вы себя крестьянином (крестьянкой)?
 - да
 - нет
 - трудно ответить

5. А фермер – крестьянин или нет?
 - да
 - нет
 - трудно ответить
6. Что в деревенской жизни вы считаете привлекательным? (выберите не более трех ответов)
 - тишина, малолюдность, неторопливость, спокойный ритм жизни
 - близость к природе
 - сельскохозяйственный труд
 - возможность иметь свой дом и хозяйство
 - простые открытые отношения между людьми
 - другое (напишите)
7. Как вы в целом оцениваете изменение своей деловой активности в последнее время?
 - активность возросла и будет возрастать
 - активность повысилась, но в ближайшее время не изменится
 - осталась на том же уровне, что и раньше
 - активность в последнее время несколько понизилась
 - активность не только понизилась, но и будет снижаться
8. Оцените, пожалуйста, успешность вашей хозяйственной деятельности (обведите соответствующую оценку на 7-балльной шкале)

абсолютно неуспешна	1	2	3	4	5	6	7	абсолютно успешна
------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------
9. Как вы оцениваете собственные возможности в повышении успешности вашей хозяйственной деятельности? (обведите на шкале цифру, соответствующую вашему мнению)

крайне ограниченные	1	2	3	4	5	6	7	чрезвычайно широкие
------------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------------------
10. Как вы оцениваете изменения в условиях вашей хозяйственной деятельности, происшедшие за последний год?
 - условия стали более благоприятными
 - условия остались без изменений
 - условия стали менее благоприятными
 - затрудняюсь ответить

11. Как вы оцениваете предстоящие изменения в условиях развития вашей хозяйственной деятельности в будущем году?

- условия станут более благоприятными
- условия не изменятся
- условия станут менее благоприятными
- затрудняюсь ответить

12. В какой степени вы удовлетворены результатами вашей хозяйственной деятельности? (обведите соответствующую цифру на шкале)

совершенно не удовлетворен	1	2	3	4	5	6	7	полностью удовлетворен
-------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

13. Как вы оцениваете материальный уровень вашей семьи в настоящее время?

очень низкий	1	2	3	4	5	6	7	очень высокий
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

14. Как вы оцениваете экономические условия для выполнения вашей хозяйственной деятельности (возможность заработать, улучшить свое материальное положение и т. п.)?

совершенно неблагоприятные	1	2	3	4	5	6	7	очень благоприятные
-------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------------------

15. Если бы вам пришлось выбирать, что бы вы предпочли? Отметьте только один вариант ответа.

- иметь небольшой, но стабильный заработок
- иметь собственное дело, которое потребует большой отдачи сил, но в случае успеха принесет значительный доход
- иметь крупное дело (взять деньги в кредит, заложить имущество), чтобы быстро разбогатеть или разориться

16. Планируете ли вы какие-то изменения в вашей трудовой деятельности? (напишите)

17. Какая из предложенных ниже целей хозяйственной деятельности наиболее отвечает вашим намерениям?

- выжить, не умереть с голоду
- обеспечить прожиточный минимум
- жить не хуже других

- жить лучше, чем сейчас живут на селе
- создать капитал
- стать владельцем собственного предприятия

18. Собираетесь ли вы повысить уровень ваших доходов?

- да
- нет
- не знаю

Если собираетесь, то каким образом? (напишите)

19. Как лично вы относитесь к конкуренции (соревнованию) с другими людьми в хозяйственной деятельности? (Только один вариант ответа.)

- мне чуждо это чувство
- я не люблю соревнования
- бывает всякое: и соревнуюсь, и нет
- мне нравится соревноваться с людьми
- предпочитаю жить и работать в условиях конкуренции

20. Как изменился материальный уровень вашей семьи за последний год?

- значительно снизился
- скорее снизился, чем вырос
- остался без изменений
- скорее вырос, чем снизился
- значительно вырос

21. Как лично вы относитесь к риску (возможности неудачи) в своей хозяйственной деятельности?

- предпочитаю работать, когда риск (неудача) отсутствует
- не люблю рисковать, предпочитаю ситуации, когда риск мал
- предпочитаю ситуации со средней степенью риска
- люблю рисковать и стремлюсь в ситуации высокого риска

22. Как вы считаете, сумеете ли вы приспособиться к существующим экономическим условиям и обеспечить себе достойный уровень материального благосостояния?

- да, смогу без особых усилий
- смогу, но это потребует большого напряжения сил
- нет, не смогу, необходимо менять условия

23. Какую форму организации труда вы бы предпочли при прочих равных условиях? (только один вариант ответа)
- работать в коллективе большого предприятия
 - работать в небольшом коллективе хорошо знакомых людей
 - работать только вместе с членами своей семьи
 - работать индивидуально
24. Каких изменений в материальном уровне жизни вашей семьи вы ожидаете в будущем году?
- значительно снизится
 - скорее снизится, чем вырастет
 - останется без изменений
 - скорее вырастет, чем снизится
 - значительно вырастет
27. Хотели бы вы лично создать фермерское хозяйство?
- не хотел бы ни в коем случае
 - хотел бы, но вряд ли решусь
 - возьмусь, если позволят обстоятельства
 - возьмусь в любом, даже неблагоприятном случае
 - другое (напишите)
28. Считаете ли вы справедливым распределение доходов исключительно в соответствии с трудовым вкладом?
- да
 - нет
 - не знаю
29. Как вы поступили (поступите) со своим земельным паем?
- А с имущественным паем?
30. Готовы ли вы вложить свои личные средства в развитие ТОО?
- да
 - нет
 - не знаю
31. Считаете ли вы, что после возникновения ТОО в работе хозяйства произошли (произойдут) значительные изменения?
- да
 - нет

Почему вы так считаете?

32. Каково ваше отношение к разделу земли и имущества на паи?

крайне отрицательное	1	2	3	4	5	6	7	весьма положительное
-------------------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------------------

33. Какая из форм хозяйствования на земле предпочтительнее лично для вас?
- индивидуальное, семейное (фермерское) хозяйство
 - хозяйство на паях (ТОО, кооператив)
34. Укажите (подчеркните), пожалуйста, ваши:
- пол:
- мужской
 - женский
- возраст (лет): до 25; 26–30; 31–35; 36–40; 41–45; 46–50; свыше 50.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ПРОГРАММА ОПРОСА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Уважаемые предприниматели! Институт психологии Российской Академии наук проводит социально-психологическое исследование с целью изучения проблем, с которыми сталкиваются в настоящее время предприниматели. Лучше вас никто не знает ваших трудностей! Преодолеть их и тем самым помочь развитию предпринимательства — наша общая задача. Просим вас ответить на ряд вопросов. Варианты ответов, как правило, даны после вопросов. Часть из них потребует от вас некоторого размышления. Однако мы уверены, что вы не раз уже задумывались над ними. Выбирая вариант ответа, постарайтесь выразить свое мнение как можно точнее. Пожалуйста, будьте внимательны и не пропускайте вопросы. Мы рассчитываем на ваши искренние и подробные ответы.

1. Как вы оцениваете отношение к вам как предпринимателю со стороны государственных органов власти в настоящее время? (Отметьте только *один вариант*, наиболее точно выражающий ваше мнение.)
 - реальная поддержка
 - чаще оказывается поддержка, но есть и противодействие
 - как поддержка, так и противодействие
 - чаще оказывается противодействие, но есть и поддержка
 - постоянные противодействия и препятствия в работе
 - не чувствую ни помощи, ни противодействия
2. Как вы оцениваете изменения в экономических условиях вашей предпринимательской деятельности за последний год?
 - условия стали более благоприятными
 - стали скорее более благоприятными, чем менее благоприятными
 - условия остались без изменений

- стали скорее менее благоприятными, чем более благоприятными
 - условия стали менее благоприятными
3. Как вы оцениваете материальный уровень жизни вашей семьи в настоящее время?

очень низкий	1	2	3	4	5	6	7	очень высокий
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------
 4. Как лично вы относитесь к конкуренции (соревнованию) с другими людьми в своей сфере деятельности?
 - мне чуждо это чувство
 - я не люблю соревнования
 - бывает всякое: и соревнуюсь, и нет
 - мне нравится соревноваться с людьми
 - предпочитаю жить и работать в условиях конкуренции
 5. Как вы в целом оцениваете изменение своей деловой активности в последнее время?
 - активность возросла и будет возрастать
 - активность повысилась, но в ближайшее время не изменится
 - осталась на том же уровне, что и раньше
 - активность в последнее время несколько понизилась, но сохранится на этом уровне
 - активность не только понизилась, но и будет снижаться дальше
 6. Как изменился материальный уровень жизни вашей семьи за последний год?
 - значительно снизился
 - скорее снизился, чем вырос
 - остался без изменений
 - скорее вырос, чем снизился
 - значительно вырос
 7. Как лично вы относитесь к риску (возможности неудачи) в своей сфере деятельности?
 - предпочитаю работать, когда риск полностью отсутствует
 - не люблю рисковать, предпочитаю ситуации, когда риск мал
 - предпочитаю среднюю степень риска
 - риска не боюсь, даже люблю рисковать
 - сам стремлюсь в ситуации высокого риска

8. Каких изменений в материальном уровне жизни вашей семьи вы ожидаете в будущем году?

- значительно снизится
- скорее снизится, чем вырастет
- останется без изменений
- скорее вырастет, чем снизится
- значительно вырастет

9. В какой степени вы удовлетворены результатами вашей предпринимательской деятельности в настоящее время?

совершенно не удовлетворен	1	2	3	4	5	6	7	полностью удовлетворен
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------------------

10. Что привлекает, по вашему мнению, знакомых вам предпринимателей в предпринимательской деятельности? Пронумеруйте перечисленные достоинства в порядке убывания значимости: 1 – наиболее значимое, 2 – второе по значимости и т. д.

- независимость, самостоятельность в работе
- возможность реализовать свои способности
- материальная обеспеченность
- полезность работы для других людей
- авторитет у окружающих
- другое (напишите) _____

11. Были ли в вашей работе серьезные неудачи (крупные финансовые потери, банкротство, закрытие предприятия, разорение)?

- да
- нет
- затрудняюсь ответить

12. Как бы вы поступили в случае серьезной неудачи, провала? (Отметьте только *один* вариант.)

- ушел бы работать на государственное предприятие
- ушел бы работать к другому предпринимателю
- постарался бы найти надежного компаньона
- организовал бы новое дело сам
- по-другому (как именно?) _____

13. В какой мере ваши материальные доходы обеспечивают ваши потребности (потребности вашей семьи)?

- совершенно не обеспечивают
- менее чем наполовину
- примерно наполовину
- более чем наполовину
- обеспечивают полностью

14. Оцените, пожалуйста, степень успешности вашей предпринимательской деятельности в настоящее время (обведите цифру на шкале):

абсолютно не успешна	1	2	3	4	5	6	7	абсолютно успешна
----------------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------------

15. Оцените степень вашего доверия (1 – крайне низкая, 7 – крайне высокая):

а) к государственным организациям и предприятиям

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

б) к предпринимательским организациям и предприятиям

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

16. Оцените степень надежности большинства ваших сегодняшних партнеров (обведите цифру на шкале):

очень низкая	1	2	3	4	5	6	7	очень высокая
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

17. Оцените, как часто в вашей работе возникают конфликты с представителями:

а) государственных организаций

очень редко	редко	время от времени	часто	очень часто
-------------	-------	------------------	-------	-------------

б) предпринимательских организаций

очень редко	редко	время от времени	часто	очень часто
-------------	-------	------------------	-------	-------------

18. Отметьте вертикальной черточкой на шкалах, где «0» означает, что риск практически отсутствует, а «10» очень высокую степень риска

а) степень риска в вашей деятельности в настоящее время:

0 _____ 10

- б) оптимальную, с вашей точки зрения, степень риска для предпринимательской деятельности в вашей сфере
0 _____ 10
19. Необходима ли, по вашему мнению, специальная система поддержки предпринимательского риска?
- да
 - нет
 - трудно ответить
- Если да, то какого рода поддержка? _____
20. Оцените степень своей конкурентоспособности в вашей сфере деятельности (обведите цифру на шкале)
- | | | | | | | | | |
|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---------------|
| очень низкая | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | очень высокая |
|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---------------|
21. В какой степени вы чувствуете давление монопольных структур?
- | | | | | | | | | |
|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| давление отсутствует | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | сильное давление |
|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
22. В какой степени вы чувствуете потребность повысить свои материальные доходы?
- | | | | | | | | | |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|-----------------|
| в очень низкой | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | в очень высокой |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|-----------------|
23. Кто является монополистом в вашей сфере предпринимательской деятельности (напишите) _____
24. В какой степени вы как предприниматель удовлетворены экономической политикой государственных органов?
- | | | | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------------|
| совершенно не удовлетворен | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | полностью удовлетворен |
|----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------------|
25. Как вы оцениваете предстоящие изменения в экономических условиях развития вашей сферы предпринимательской деятельности в ближайшие 3–4 месяца?
- условия станут более благоприятными
 - условия останутся без изменений
 - условия станут менее благоприятными
 - изменения будут неоднозначными

26. Собираетесь ли вы лично или совместно с вашими партнерами предпринять какие-либо действия для развития вашего бизнеса в ближайшее время?
- да
 - нет
- Если да, то какие действия _____
27. Оцените, пожалуйста, свои собственные возможности в повышении успешности вашего бизнеса (обведите цифру на шкале):
- | | | | | | | | | |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---------------------|
| крайне ограниченные | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | чрезвычайно широкие |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---------------------|
28. С какого года вы занимаетесь предпринимательской деятельностью? _____
29. Укажите (подчеркните), пожалуйста, ваши:
- пол:
- мужской
 - женский
- возраст (лет): до 25; 26–30; 31–35; 36–40; 41–45; 46–50; свыше 50.
30. Сфера вашей предпринимательской деятельности (подчеркните): производство, обслуживание, банковское дело, биржевая деятельность, оптовая торговля, розничная торговля, другое (напишите).

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

ПРОГРАММА СТАНДАРТИЗИРОВАННОГО ИНТЕРВЬЮ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К КОНКУРЕНЦИИ И ПАРТНЕРСТВУ

Уважаемые господа предприниматели!

Институт психологии проводит социально-психологическое исследование с целью изучения проблем, с которыми сталкиваются в настоящее время предприниматели. Лучше вас никто не знает имеющихся трудностей становления бизнеса в нашем обществе. Преодолеть их и тем самым помочь развитию предпринимательства – наша общая задача.

Просим вас ответить на ряд вопросов о взаимоотношениях предпринимателей, складывающихся в бизнесе. Варианты ответов, как правило, даны. Пожалуйста, будьте внимательны. Мы рассчитываем на ваши искренние и подробные ответы.

Как *лично вы* понимаете деловое взаимодействие в вашей предпринимательской деятельности?

Продолжите, пожалуйста, начатые предложения так, как считаете нужным:

1. Конкуренция – это _____
2. В конкуренции предприниматели стремятся _____
3. Со своими конкурентами я всегда _____
4. Редко бывает, что конкуренты _____
5. От того, как сложатся отношения с конкурентами, зависит _____
6. Партнерские отношения в бизнесе отличаются тем, что _____

7. От того, как сложатся отношения с партнерами по бизнесу, зависит _____
 8. Со своими партнерами в бизнесе я всегда _____
 9. Редко бывает, что партнеры по бизнесу _____
 10. И конкуренты, и деловые партнеры _____
- Вступая в деловые отношения в своем бизнесе, каждый предприниматель _____
11. Что, по вашему мнению, важнее всего для того, чтобы партнерские отношения между предпринимателями были успешны?
 1. _____
 2. _____
 3. _____

а) В какой мере, на ваш взгляд, для успешного делового партнерства требуется:

	Очень редко	Редко	Иногда	Часто	Очень часто
а) единомыслие, общие взгляды	1	2	3	4	5
б) контроль бизнеса с вашей стороны	1	2	3	4	5
в) контроль бизнеса со стороны партнера	1	2	3	4	5
г) долгосрочное сотрудничество	1	2	3	4	5
д) частые контакты между партнерами	1	2	3	4	5
е) вы доверяли своим партнерам	1	2	3	4	5
ж) партнеры были вам симпатичны	1	2	3	4	5
з) ваши с партнерами отношения выходили бы за пределы совместного бизнеса (дружеские, приятельские и другое)	1	2	3	4	5

б) Какой минимальный уровень доверия необходим для успешного партнерства в бизнесе? (Отметьте, пожалуйста, его на шкале значком X.)

доверия нет совсем	1	_____	10	доверие полное
--------------------	---	-------	----	----------------

12. Как вы относитесь к партнерским отношениям в бизнесе? (Обведите соответствующую цифру.)

всегда стараюсь избегать совместных дел	1	2	3	4	5	всегда предпочитаю работать, объединившись с кем-либо
---	---	---	---	---	---	---

13. Как лично вы относитесь к конкуренции (соревнованию) с другими людьми в своей деятельности?

- мне абсолютно чуждо это чувство (1)
- я не люблю соревнования (2)
- бывает всякое: и соревнуюсь, и нет (3)
- мне нравится соревноваться с людьми (4)
- предпочитаю жить и работать в условиях конкуренции (5)

14. Оцените, пожалуйста, напряженность конкурентных отношений в вашей сфере деятельности:

очень низкая	1	2	3	4	5	6	7	очень высокая
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

15. Оцените, как часто в вашей работе приходится встречаться с конфликтами в отношениях с конкурентами:

Очень редко	Редко	Иногда	Часто	Очень часто
1	2	3	4	5

16. Оцените степень вашей конкурентоспособности (обвести соответствующую цифру):

очень низкая	1	2	3	4	5	6	7	очень высокая
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

17. Из представленного ниже перечня условий выберите 3, которые, по вашему мнению, наиболее значимы для конкурентоспособности предпринимателей-женщин: цифрой 1 отметьте самое значимое, 2 – менее значимое и т. д.

- профессионализм персонала
- знание своих конкурентов
- способность к риску
- умение найти подход к людям
- стремление к изменениям
- внимание к новым товарам, услугам, идеям
- авторитет у подчиненных
- сплоченность сотрудников
- другое (добавить)

18. Из представленного ниже перечня выберите 3 условия, которые, по вашему мнению, наиболее значимы для конкурентоспособности предпринимателей-мужчин: цифрой 1 отметьте самое значимое, 2 – менее значимое и т. д.

- профессионализм персонала
- знание своих конкурентов
- способность к риску
- умение найти подход к людям
- стремление к изменениям
- внимание к новым товарам, услугам, идеям
- авторитет у подчиненных
- сплоченность сотрудников
- другое (добавить)

19. Оцените, как часто в вашей работе имеют место хорошие отношения с конкурентами:

Очень редко	Редко	Иногда	Часто	Очень часто
1	2	3	4	5

20. Оцените степень надежности большинства ваших партнеров по бизнесу:

очень низкая	1	2	3	4	5	6	7	очень высокая
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

21. Оцените степень вашего доверия по шкале, где 1 – крайне низкая степень, а 7 – крайне высокая:

- а) к государственным структурам и предприятиям

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

- б) к предпринимательским структурам и предприятиям

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

22. Оцените, как часто в вашей деятельности приходится встречаться с обманом, нечестностью, необязательностью партнеров:

Очень редко	Редко	Иногда	Часто	Очень часто
1	2	3	4	5

23. Как вы оцениваете влияние взаимоотношений с партнерами на развитие вашего бизнеса?

препятствуют			способствуют			
-3	-2	-1	0	+1	+2	+3

24. Оцените, как часто в процессе вашей деятельности вам случается находить взаимопонимание, поддержку партнеров:

Очень редко	Редко	Иногда	Часто	Очень часто
1	2	3	4	5

25. Что чаще всего, на ваш взгляд, ожидают от победы в конкурентной борьбе предприниматели-мужчины? Пронумеруйте перечисленное в порядке убывания вероятности: 1 – наиболее частое, 2 – второе по частоте и т. д.

- независимость
- возможность реализовать новые проекты
- деньги, другие материальные ресурсы
- признание в обществе
- авторитет среди предпринимателей
- привлекает сам процесс соревнования
- другое (напишите)

26. Что чаще всего, на ваш взгляд, ожидают от победы в конкурентной борьбе предприниматели-женщины? Пронумеруйте перечисленное в порядке убывания вероятности: 1 – наиболее частое, 2 – второе по частоте и т. д.

- независимость
- возможность реализовать новые проекты
- деньги, другие материальные ресурсы
- признание в обществе
- авторитет среди предпринимателей
- привлекает сам процесс соревнования
- другое (напишите)

27. Что, по вашему мнению, партнерские отношения в бизнесе дают предпринимателям-женщинам? Отметьте те высказывания, что соответствуют вашей точке зрения:

- уверенность в завтрашнем дне
- «чувство локтя», опору рядом
- ресурсы для новых проектов
- срабатывает принцип «одна голова хорошо, а две лучше»
- больше проблем, чем преимуществ
- другое (добавить)

28. Что, по вашему мнению, партнерские отношения в бизнесе дают предпринимателям-мужчинам? Отметьте те высказывания, которые соответствуют вашей точке зрения:

- уверенность в завтрашнем дне
- «чувство локтя», опору рядом
- ресурсы для новых проектов
- срабатывает принцип «одна голова хорошо, а две лучше»
- больше проблем, чем преимуществ
- другое (добавить)

29. Оцените, насколько предпочтительны для вас в качестве партнеров и конкурентов в сфере вашего бизнеса предприниматели разного пола (1 – крайне нежелательны; 4 – безразличны; 7 – крайне желательны):

- а) в качестве деловых партнеров – предприниматели-мужчины

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

- в качестве деловых партнеров – предприниматели-женщины

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

- б) в качестве конкурентов – предприниматели-мужчины

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

- в качестве конкурентов – предприниматели-женщины

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

30. Какова, на ваш взгляд, успешность деловых взаимоотношений между предпринимателями (1 – крайне неуспешные; 7 – крайне успешные):

- а) между предпринимателями-мужчинами

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

- б) между предпринимателями-женщинами

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

- в) между предпринимателями-мужчинами и предпринимателями-женщинами

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Укажите, пожалуйста, некоторые сведения о себе:

пол:

- мужской
- женский

возраст (лет): до 25; 26–30; 31–35; 36–40; 41–45; 46–50; свыше 50

Сфера деятельности (подчеркните): производство, обслуживание, биржевая деятельность, банковское дело, оптовая торговля, розничная торговля, другое (напишите)

С какого года вы занимаетесь предпринимательством (напишите)?

31/1. Оцените, пожалуйста, по предложенной ниже шкале, в какой мере типичному представителю предпринимателей-женщин свойственно проявлять в конкуренции с другими предпринимателями указанные ниже качества. Оцените выраженность каждого качества по 4-балльной шкале, обведя соответствующую цифру:

0 – данное качество отсутствует

1 – качество выражено слабо

2 – качество выражено средне

3 – качество выражено в полной мере

	Качества	Баллы
1	Смелость	3 2 1 0
2	Инициативность	3 2 1 0
3	Стремление все «подмять под себя»	3 2 1 0
4	Хитрость	3 2 1 0
5	Относится к окружающим с чувством превосходства	3 2 1 0
6	Находчивость	3 2 1 0
7	Сравнивает себя с другими	3 2 1 0
8	Склонность к риску	3 2 1 0
9	Непоседливость	3 2 1 0
10	Безрассудство	3 2 1 0
11	Настойчивость	3 2 1 0
12	Завистливость	3 2 1 0
13	Ведет себя, как «выскачка»	3 2 1 0

	Качества	Баллы
14	Прямолинейность	3 2 1 0
15	Стремление к доминированию	3 2 1 0
16	Опрометчивость	3 2 1 0
17	Грубость	3 2 1 0
18	Упрямство	3 2 1 0
19	Энергичность	3 2 1 0
20	Обладает чувством собственного достоинства	3 2 1 0

31/2. Оцените, пожалуйста, по той же самой шкале, в какой мере свойственно типичному представителю предпринимателей-мужчин проявлять в конкуренции с другими предпринимателями следующие качества:

	Качества	Баллы
1	Смелость	3 2 1 0
2	Инициативность	3 2 1 0
3	Стремление все «подмять под себя»	3 2 1 0
4	Хитрость	3 2 1 0
5	Относится к окружающим с чувством превосходства	3 2 1 0
6	Находчивость	3 2 1 0
7	Сравнивает себя с другими	3 2 1 0
8	Склонность к риску	3 2 1 0
9	Непоседливость	3 2 1 0
10	Безрассудство	3 2 1 0
11	Настойчивость	3 2 1 0
12	Завистливость	3 2 1 0
13	Ведет себя, как «выскачка»	3 2 1 0
14	Прямолинейность	3 2 1 0
15	Стремление к доминированию	3 2 1 0
16	Опрометчивость	3 2 1 0
17	Грубость	3 2 1 0
18	Упрямство	3 2 1 0
19	Энергичность	3 2 1 0
20	Обладает чувством собственного достоинства	3 2 1 0

31/3. Также оцените, пожалуйста, по предложенной шкале, в какой мере типичному представителю предпринимателей-мужчин свойственно проявлять в партнерских отношениях с другими предпринимателями указанные ниже качества (также обведя соответствующую цифру).

0 – данное качество отсутствует

1 – качество выражено слабо

2 – качество выражено средне

3 – качество выражено в полной мере

Качества		Баллы			
1	Пунктуальность	3	2	1	0
2	Инициативность	3	2	1	0
3	Стремление все «подмять под себя»	3	2	1	0
4	Хитрость	3	2	1	0
5	Лезет в чужие дела	3	2	1	0
6	Находчивость	3	2	1	0
7	Готовность помочь	3	2	1	0
8	Склонность к риску	3	2	1	0
9	Умеет приспосабливаться	3	2	1	0
10	Педантичность	3	2	1	0
11	Тактичность	3	2	1	0
12	Услужливость	3	2	1	0
13	Ведет себя, как «выскачка»	3	2	1	0
14	Интересуется другими	3	2	1	0
15	Гибкость	3	2	1	0
16	Опрометчивость	3	2	1	0
17	Лицемерие	3	2	1	0
18	Непоседливость	3	2	1	0
19	Энергичность	3	2	1	0
20	Стремление к доминированию	3	2	1	0

31/4. Оцените, пожалуйста, по той же самой шкале, в какой мере свойственно типичному представителю предпринимателей-женщин проявлять в партнерских отношениях с другими предпринимателями следующие качества:

Качества		Баллы			
1	Пунктуальность	3	2	1	0
2	Инициативность	3	2	1	0
3	Стремление все «подмять под себя»	3	2	1	0
4	Хитрость	3	2	1	0
5	Лезет в чужие дела	3	2	1	0
6	Находчивость	3	2	1	0
7	Готовность помочь	3	2	1	0
8	Склонность к риску	3	2	1	0
9	Умеет приспосабливаться	3	2	1	0
10	Педантичность	3	2	1	0
11	Тактичность	3	2	1	0
12	Услужливость	3	2	1	0
13	Ведет себя, как «выскачка»	3	2	1	0
14	Интересуется другими	3	2	1	0
15	Гибкость	3	2	1	0
16	Опрометчивость	3	2	1	0
17	Лицемерие	3	2	1	0
18	Непоседливость	3	2	1	0
19	Энергичность	3	2	1	0
20	Стремление к доминированию	3	2	1	0

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

ОПРОСНИК ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТВЕТСТВЕННОГО ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Уважаемые господа! Институт психологии Российской академии наук проводит социально-психологическое исследование с целью изучения проблем проявления ответственности в деловом взаимодействии. Вопросы, представленные ниже, касаются ответственности в той области вашей деятельности, которая связана с бизнесом и профессиональной сферой. Мы просим вас ответить на ряд вопросов и рассчитываем на ваши искренние и подробные ответы. Полученные ответы являются конфиденциальной информацией и будут использованы только в научных целях.

1. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Поставьте галочку напротив одного из вариантов
Я учитываю потребности, интересы и ожидания других, но для меня важно, чтобы они были заранее оговорены и я был с ними согласен	
Я учитываю потребности, интересы и ожидания другого, даже если лично с ними не согласен. Но для меня важно, чтобы они были заранее оговорены	
Я думаю, что важно уточнять и взаимно обмениваться информацией о потребностях, интересах и ожиданиях друг друга на протяжении всего времени реализации совместного ответственного дела. Естественно, если иногда наши взгляды не совпадают	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение при выполнении ответственного дела во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Поставьте галочку напротив одного из вариантов
Я негативно отношусь к необходимости дополнительно прояснять потребности и интересы другого участника делового взаимодействия	
Я индифферентно отношусь к тому, что иногда возникает необходимость еще раз обговорить интересы и потребности каждого, даже если изначально я с ними не согласен	
Я положительно отношусь к наличию у другого участника делового взаимодействия потребностей, интересов и ожиданий, с которыми я не согласен. У меня не вызывает негативных эмоций необходимость уточнять и прояснять их на протяжении всего периода реализации совместного ответственного дела	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Поставьте галочку напротив одного из вариантов
Стараюсь заранее оговорить (выслушать) потребности и интересы другого участника делового взаимодействия и при этом не готов пересматривать эти договоренности в процессе ответственного дела	
Стараюсь прояснять, уточнять и учитывать потребности, интересы и ожидания другого участника делового взаимодействия не только до начала, но и в процессе реализации совместного ответственного дела до достижения необходимого уровня согласия	
Стараюсь занять активную позицию и инициировать обсуждение в процессе выполнения ответственного дела изменение взаимных интересов, потребностей, ожиданий. Даже если я с ними не согласен, в последующем эту информацию важно учитывать	

2. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Поставьте галочку напротив одного из вариантов
Думаю, делиться информацией об изменении своих интересов и ожиданий в процессе реализации общего ответственного дела можно, только если это не приведет к конфликту	
Думаю, периодически сообщать другим информацию о своих потребностях, интересах, ожиданиях нужно, даже если это приведет к конфликту интересов	
На мой взгляд, делиться информацией об изменении своих потребностей, интересов, ожиданий необходимо постоянно на протяжении реализации совместного дела. Считаю, что конфликты – это неотъемлемая часть распределения ответственности при выполнении общего дела	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Поставьте галочку напротив одного из вариантов
Я негативно отношусь к ситуации несовпадения ожиданий другого участника делового взаимодействия и моих и конфликтам на этой почве	
Я негативно отношусь к конфликтам на почве несовпадения интересов, ожиданий. Но признаю, что такие ситуации не редкость в деловом взаимодействии	
Думаю, что конфликты на почве несовпадения потребностей, интересов, ожиданий естественны в деловом общении. Испытываю нейтральное эмоциональное отношение к ним	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Поставьте галочку напротив одного из вариантов
Я предпочитаю прекратить отношения при возникновении конфликта, связанного с несовпадением потребностей, интересов и ожиданий друг друга	
Я готов участвовать в обсуждении и пробовать разрешать возникающие конфликтные ситуации	
Я стараюсь занимать активную позицию, искать и предлагать варианты разрешения конфликта так, чтобы сохранить отношения до тех пор, пока конфликт не будет разрешен	

4. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я думаю, что в ответственном деле очень важно прогнозировать последствия своих действий для себя и общего дела	
На мой взгляд, при совместном ответственном деле важно прогнозировать последствия своих действий не только для себя и общего дела, но и для другого участника делового взаимодействия	
С моей точки зрения, в ответственном деле, важно прогнозировать возможные риски и последствия не только своих действий, но и действий другого участника делового взаимодействия для меня, для него и нашего общего ответственного дела	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Отметьте одно из утверждений
Я принимаю и лояльно отношусь к необходимости прогнозировать последствия своих действий только для себя и общего дела	
Я принимаю и лояльно отношусь к необходимости прогнозирования рисков и возможных последствий своих действий не только для себя и общего дела, но и для другого участника делового взаимодействия	
Я принимаю и лояльно отношусь к необходимости прогнозировать возможные риски и последствия не только своих действий, но и действий другого участника делового взаимодействия для себя, общего дела и для него	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я стремлюсь прогнозировать возможные риски и последствия своих действий только для себя и общего ответственного дела	
Я готов прогнозировать возможные риски, последствия не только своих действий, но и действий другого участника делового взаимодействия для себя, другого и общего ответственного дела	
Обычно я стараюсь прогнозировать риски, их последствия и последствия не только своих действий, но и действий другого для себя, общего дела и интересов другого участника делового взаимодействия	

5. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я думаю, что иногда приходится помогать, поддерживать другого. На мой взгляд, это понятно без слов и нужно вмешиваться в ситуацию, основываясь на своих представлениях о ней. Обычно я вижу, когда это необходимо и вступаю в игру. Для этого мне не нужно обсуждать это с кем-либо	
Полагаю, что иногда важно помочь и поддержать другого в его частях общего дела, но делать это нужно, когда тебя об этом просят	
По-моему мнению, помогать и поддерживать другого важно и нужно. Считаю, что перед тем, как оказывать содействие, главное – удостовериться, что твое вмешательство необходимо. Поэтому я думаю, что нужно периодически предлагать другому свою помощь, поддержку содействие, но оказывать ее, только согласовав это с ним	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Отметьте одно из утверждений
Я негативно отношусь к тому, что приходится помогать и поддерживать кого-то на протяжении общего ответственного дела	
Я в целом позитивно отношусь к просьбам о помощи и поддержке других в реализации их частей общего ответственного дела	
Я позитивно отношусь не только к помощи и поддержке других, но и к самому процессу согласования моего вмешательства в части ответственного дела другого участника делового взаимодействия	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я готов оказывать помощь, поддерживать, только если это необходимо, и основываясь на собственном представлении о ситуации, вмешиваться в части ответственного дела партнера для оказания (навязывания) ему помощи, поддержки	
Я стараюсь отзываться на просьбу о помощи со стороны другого участника делового взаимодействия	
Я стремлюсь согласовывать свое вмешательство в части ответственного дела другого для оказания ему помощи, поддержки, содействия. Обычно стараюсь самостоятельно предлагать помощь и поддержку другому участнику делового взаимодействия, но оказывать ее, только предварительно прояснив необходимость	

6. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела вы	Отметьте одно из утверждений
Я думаю, что понимать другого участника делового взаимодействия не обязательно для реализации ответственности в общем деле	
На мой взгляд, важно понимать другого участника делового взаимодействия, но для этого нужно приложить слишком большое количество усилий и дополнительных ресурсов. На это часто нет ни сил, ни времени. Это можно делать в тех случаях, когда точно знаешь, что результат себя оправдает	
Я убежден(а) в том, что важно уделять внимание тому, чтобы понять другого участника делового взаимодействия, те ресурсы энергии и времени, которые пойдут на это, окупятся и являются частью моей ответственности	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Отметьте одно из утверждений
Я негативно отношусь к необходимости понимать эмоциональное состояние, мотивы, отношение к делу и к себе другого участника делового взаимодействия	
Я негативно отношусь к необходимости прикладывать усилия и тратить ресурсы для того, чтобы понимать эмоциональное состояние, мотивы, отношение к делу и к себе другого участника делового взаимодействия	
Я положительно отношусь к необходимости понимать эмоциональное состояние, мотивы, отношение к делу и к себе другого участника делового взаимодействия и прикладывать к этому определенные усилия	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я не стремлюсь понимать эмоциональное состояние, мотивы, отношение к делу и к себе другого участника делового взаимодействия	
Я стараюсь приложить усилия и выделить ресурсы для того, чтобы понять эмоциональное состояние, мотивы, отношение к делу и к себе другого участника делового взаимодействия, но только тогда, когда у меня есть понимание, что результат себя оправдает	
Я готов прикладывать дополнительные усилия и тратить личные (нематериальные) ресурсы для того, чтобы понять эмоциональное состояние, мотивы другого участника делового взаимодействия	

7. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я убежден, что ошибки другого участника делового взаимодействия в совместном ответственном деле недопустимы	
Я убежден в том, что ошибки в совместном ответственном деле приемлемы, но только в том случае, если они не повторяются	
Я думаю, что ошибаться – это нормально и другой участник делового взаимодействия имеет на это право	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Отметьте одно из утверждений
Я негативно отношусь к ошибкам другого участника делового взаимодействия	
Я нейтрально отношусь к ошибкам другого участника делового взаимодействия до тех пор, пока они не повторяются	
Я нейтрально отношусь к ошибкам другого участника делового взаимодействия	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я не готов допускать того, что другой участник делового взаимодействия может совершать ошибки	
Я готов допускать, что другой участник делового взаимодействия может совершать ошибки, но только если они не повторяются вновь	
Я готов допускать, что другой участник делового взаимодействия может совершать ошибки	

8. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я не доверяю способам реализации ответственности другого участника делового взаимодействия отличным от моих	
Я думаю, что другой может иметь свои способы реализации ответственности, отличные от моих, но полагаю, что применять их лучше по предварительной договоренности со мной	
Я думаю, что другой участник делового взаимодействия может иметь свои способы реализации ответственности, отличные от моих. Считаю, что он может применять их без предварительной договоренности со мной	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Отметьте одно из утверждений
Я негативно отношусь к наличию у другого участника делового взаимодействия отличных от моих способов реализации ответственности	
Я нейтрально отношусь к наличию у другого участника делового взаимодействия отличных от моих способов реализации ответственности	
Я позитивно отношусь к наличию у другого участника делового взаимодействия отличных от моих способов реализации ответственности	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я стараюсь обозначить недоверие относительно отличных от моих способов реализации ответственности другим участником делового взаимодействия. И не готов вдаваться в подробности, выяснять сущность этих способов	
Я готов сообщить о своем нормальном отношении к тому, что другой может иметь свои способы реализации ответственности, отличные от моих, но применять их лучше по предварительной договоренности со мной. Я готов получить информацию о сущности этих способов, если изначально понятно, что это будет для меня полезно	
Я готов обозначить свое принятие того, что другой может иметь свои способы реализации ответственности, отличные от моих. И применять их без предварительной договоренности со мной. Я готов получить информацию о сущности этих способов, даже если польза от этого изначально не очевидна	

9. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я убежден(а) в том, что необходимо распределять ответственность заранее и нести ее только за предварительно оговоренные части общего ответственного дела	
Я убежден(а) в том, что необходимо заранее оговаривать и распределять ответственность, но думаю, что объем ответственности нельзя спрогнозировать заранее, всегда появятся непредвиденные обстоятельства и как поступать, кто должен взять на себя ответственность в этом случае, обычно не ясно	
Я убежден(а) в том, что необходимо заранее оговаривать и распределять ответственность, но обычно в процессе ответственного дела могут возникнуть непредвиденные, дополнительные элементы, требующие либо повторного распределения ответственности, либо принятия ее на себя	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Отметьте одно из утверждений
Я позитивно отношусь к реализации мною ответственности только за заранее оговоренные части ответственного дела	
Я негативно отношусь к непредвиденным обстоятельствам и элементам ответственности	
Я нейтрально или позитивно отношусь к появлению непредвиденных обстоятельств и дополнительной ответственности в деловом взаимодействии	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я готов принимать и реализовывать только заранее оговоренные свои части ответственного дела	
Я не готов брать на себя ответственность за непредвиденные элементы и обстоятельства ответственного дела	
Я стараюсь инициировать распределение ответственности за непредвиденные обстоятельства при выполнении общего ответственного дела, если это невозможно, то беру на ответственность на себя	

10. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
По моему мнению, необходимо контролировать не только свои действия, но и действия другого участника делового взаимодействия. Для этого не нужны предварительное обсуждение и договоренности	
На мой взгляд, контроль необходим в некоторых случаях, но стоит оговорить с другим участником делового взаимодействия свое намерение контролировать его действия	
Я думаю, что контроль действий другого участника делового взаимодействия без предварительной договоренности с ним недопустим	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Отметьте одно из утверждений
Я позитивно отношусь к необходимости контролировать, проверять действия другого участника делового взаимодействия	
Я нейтрально отношусь к необходимости контролировать, проверять действия другого участника делового взаимодействия	
Я негативно отношусь к необходимости контролировать, проверять действия другого участника делового взаимодействия	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я стараюсь всегда контролировать действия другого участника делового взаимодействия. Я не считаю нужным договариваться об этом с ним	
Я прибегаю к контролю действий другого участника делового взаимодействия в некоторых случаях, после договоренности с ним об этом	
Обычно я не контролирую действия другого участника делового взаимодействия	

11. Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает вашу позицию во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я думаю, что сделать совместное дело более качественно можно только самостоятельно	
Я считаю, что найти пути сделать совместное дело более качественно можно самостоятельно с привлечением другого участника делового взаимодействия, если он сам проявит инициативу	
По-моему, сделать совместное дело более качественно можно только совместно, при этом вовлекая другого участника делового взаимодействия	

Отметьте, какое из утверждений ближе всего отражает ваше отношение к данной ситуации во взаимодействии с разными группами людей

В деловом взаимодействии	Отметьте одно из утверждений
Негативно отношусь к вовлечению другого участника делового взаимодействия для поиска дополнительных путей решения совместного ответственного дела	
Нейтрально отношусь к вовлечению другого участника делового взаимодействия для поиска дополнительных путей решения совместного ответственного дела, если он сам проявит инициативу	
Позитивно отношусь к вовлечению другого участника делового взаимодействия для поиска дополнительных путей решения совместного ответственного дела	

Отметьте, какой тип разрешения данной ситуации характерен для вас во взаимодействии с разными группами людей

При выполнении общего ответственного дела	Отметьте одно из утверждений
Я готов искать дополнительные пути, возможности для более эффективной реализации общего ответственного дела. Стараюсь работать в этом направлении только самостоятельно	
Я готов искать дополнительные пути, возможности для более эффективной реализации общего ответственного дела и привлекать к этому другого участника делового взаимодействия, только если инициатива поступит от него	
Я готов искать дополнительные пути, возможности для более эффективной реализации общего ответственного дела и всегда стараюсь привлекать к этому другого участника делового взаимодействия	

Укажите, пожалуйста, некоторые сведения о себе:

пол:

- мужской
- женский

семейное положение:

- женат/замужем
- не женат/не замужем

возраст (лет): до 25; 26–30; 31–35; 36–40; 41–45; 46–50; свыше 50

С какого года вы занимаетесь предпринимательством (напишите)?

Сфера предпринимательской деятельности (подчеркните): производство, обслуживание, биржевая деятельность, банковское дело, оптовая торговля, розничная торговля, другое (напишите).

Благодарим за участие!