

ISSN 2073-6398

ВЕСТНИК РГГУ

Серия
«Психология. Педагогика.
Образование»

Научный журнал

RSUH BULLETIN

“Psychology. Pedagogics.
Education”
Series

Academic Journal

Основан в 1996 г.

Founded in 1996

1
2019

VESTNIK RGGU. Seriya «Psihologiya. Pedagogika. Obrazovanie»

RSUH/RGGU BULLETIN. “Psychology. Pedagogics. Education” Series

Academic Journal

There are 4 issues of the magazine a year. Founder and Publisher
Russian State University for the Humanities (RSUH)

RSUH/RGGU BULLETIN. “Psychology. Pedagogics. Education” Series included: in the Russian Science Citation Index; in the Higher Attestation Commission list of leading scientific magazines and other editions for publishing PhD research findings.

Peer-reviewed publications fall within the following research area:

13.00.00. Pedagogy:

- 13.00.01. General pedagogy, history of pedagogy and education
- 13.00.02. Theory and methods of training and education (by areas and levels of education)
- 13.00.03. Correctional pedagogy (surdopedagogy and typhoid pedagogy, oligophreno- pedagogy and speech therapy)

19.00.00. Psychology:

- 19.00.01. General psychology, personality psychology, history of psychology
- 19.00.05. Social Psychology
- 19.00.13. Developmental Psychology, Acmeology The aims and problem areas:

The aims of the multidisciplinary journal are to promote scientific psychological knowledge, maintaining high standards of scientific publication, facilitating Russian psychological and educational science integration into the world scientific information space. For this purpose journal has special issues in which published articles which analyze selected problems from different points of view and in different paradigms. Together with articles of the leading domestic and foreign scientists, we also publish works of the young researchers. The content of the journal includes methodological works, empirical and experimental studies as well as the articles describing innovative research methods. For the purpose to extend all over the world results of Russian scientists' studies, articles published in the journal have both Russian-language, and English-language versions. Herewith full text

English-language articles, and expanded English abstracts (not less than 200 words) are published. Access to articles of the journal is free.

RSUH/RGGU BULLETIN. "Psychology. Pedagogics. Education" Series is registered by Federal Service for Supervision of Communications, Information

Technology and Mass Media. Certificate on registration: PI No. FS77-61884 of 25.05.2015.

Changes were made to the record of media registration in connection with the name change, renaming of the founder, clarification of the subject – registration number FS77-73401 of 03.08.2018

Editorial staff office: 6, Miuskaya Sq., Moscow, 125993

tel: 8 (499) 973 44 33

e-mail: ip@rggu.ru

ВЕСТНИК РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование»

Научный журнал

Выходит 4 номера печатной версии журнала в год.

Учредитель и издатель – Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ)

ВЕСТНИК РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование» включен: в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ); в Перечень ВАК рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по следующим научным специальностям и соответствующим им отраслям науки:

13.00.00. Педагогика:

- 13.00.01 Общая педагогика, история педагогики и образования
- 13.00.02 Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)
- 13.00.03 Коррекционная педагогика (сурдопедагогика и тифлопедагогика, олигофренопедагогика и логопедия)

19.00.00. Психология:

- 19.00.01. Общая психология, психология личности, история психологии
- 19.00.05. Социальная психология
- 19.00.13. Психология развития, акмеология

Цели и область: Междисциплинарный научный журнал «Психология. Педагогика. Образование» публикует оригинальные статьи по различным отраслям психологии и образования. Целью журнала является создание журнала, объединяющего ученых, работающих над современными проблемами психологической науки. Для этого в журнале создаются тематические выпуски, в которых размещаются статьи, анализирующие определенную проблему с разных позиций и в разных парадигмах. Одновременно со статьями ведущих отечественных и зарубежных ученых, в журнале публикуются и работы молодых, начинающих исследователей. Содержание журнала включает как методологические работы, так и эмпирические и экспериментальные исследования, а также материалы, описывающие современный исследовательский инструментарий. С целью распространения материалов, полученных отечественными учеными, статьи, публикуемые в журнале,

имеют как русскоязычную, так и англоязычную версии. При этом публикуются как полнотекстовые англоязычные статьи, так и расширенные английские аннотации, объемом не менее 200 слов. Доступ к статьям журнала бесплатный.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-61884 от 25.05.2015 г. В запись о регистрации СМИ внесены изменения в связи с изменением названия, переименованием учредителя, уточнением тематики – регистрационный номер ПИ № ФС77-73401 от 03.08.2018 г.

Адрес редакции: 125993, Москва, Миусская пл., 6
Тел: 8 (499) 973 44 33
электронный адрес: ip@rggu.ru Founder and Publisher

Founder and Publisher
Russian State University for the Humanities (RSUH)

Editor-in-chief

T.D. Martsinkovskaya, Dr. of Sci. (Psychology), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

Editorial Board

V.R. Orestova, Deputy Chief Editor, Dr. of Sci. (Psychology), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

O.V. Gavrichenko, release officer, Cand. of Sci. (Psychology), associate professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

T.M. Marutina, Dr. of Sci. (Psychology), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

V.K. Schabelnikov, Dr. of Sci. (Psychology), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

T.P. Skripkina, Dr. of Sci. (Psychology), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

T.D. Schevelenkova, Cand. of Sci. (Psychology), associate professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

M.K. Akimova, Dr. of Sci. (Psychology), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

E.E. Kriger, Dr. of Sci. (Psychology), associate professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

A.G. Asmolv, Dr. of Sci. (Psychology), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

V.T. Kudryavtsev, Dr. of Sci. (Psychology), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

T.V. Ryabova, Cand. of Sci. (Psychology), associate professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

L.A. Chalilova, Cand. of Sci. (Philology), associate professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

A.G. Kataeva, Cand. of Sci. (History), associate professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation
M. Cole, Ph.D., professor, University of California, San Diego, USA
D. Verch, Ph.D., professor, University of Washington, St. Louis, USA
P. Steiner, Ph.D., professor, University of Pennsylvania, Philadelphia, USA
A. Vio, Ph.D., professor, National Center for Scientific Research, Bordeaux, France
M. Denn, Ph.D., professor, University. Michel Montaigne, Bordeaux, France
G. Tihanov, Ph.D., professor, University of Queen Mary, London, UK

Editor responsible for the current issue:

O.V. Gavrichenko, release officer, Cand. of Sci. (Psychology), associate professor (RSUH)

Учредитель и издатель

Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ)

Главный редактор

Т.Д. Марцинковская, доктор психологических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

Редакционная коллегия

В.Р. Орестова, заместитель главного редактора, доктор психологических наук, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

О.В. Гавриченко, ответственный секретарь, кандидат психологических наук, доцент Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

Т.М. Марютина, доктор психологических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

В.К. Шабельников, доктор психологических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

Т.П. Скрипкина, доктор психологических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

Т.Д. Шевеленкова, кандидат психологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

М.К. Акимова, доктор психологических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

Е.Э. Кригер, доктор психологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

А.Г. Асмолов, доктор психологических наук, профессор, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация

- В.Т. Кудрявцев*, доктор психологических наук, профессор, Московский государственный психолого-педагогический университет (МГППУ) Российская Федерация
- Т.В. Рябова*, выпускающий редактор, кандидат психологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация
- Л.А. Халилова*, кандидат филологических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация
- А.Г. Катаева*, кандидат исторических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация
- М. Коул*, Ph.D., профессор, Калифорнийский университет, Сан-Диего, США
- Д. Верч*, Ph.D., профессор, Вашингтонский университет, Сент-Луис, США
- П. Штайнер*, Ph.D., профессор, Университет Пенсильвании, Филадельфия, США
- А. Вио*, Ph.D., профессор, Национальный центр научных исследований, Бордо, Франция
- М. Денн*, Ph.D., профессор, Университет им. Мишеля Монтеня, Бордо, Франция
- Г. Тиханов*, Ph.D., профессор, Университет королевы Марии, Лондон, Великобритания

Ответственный за выпуск:

О.В. Гавриченко, кандидат психологических наук, доцент (РГГУ)

CONTENTS

From the editor	16
-----------------------	----

Thematic reports

<i>Alexander G. Asmolo</i> , <i>Marina S. Guseltseva</i> Value sense of sociocultural modernization of education: from reforms to reformation	18
---	----

Empirical research

<i>Vasilisa R. Orestova</i> , <i>Elena E. Sulimova</i> Personal characteristics and specificity of decision making in a situation of moral choice by employees of the organization	44
---	----

<i>Irina V. Solodnikova</i> , <i>Nadezhda V. Solodnikova</i> Consumer socialization of teenagers: age, gender and cultural differences	64
--	----

<i>Olga V. Grebennikova</i> , <i>Natalya I. Yurchenko</i> Features of personal and linguistic identity of modern youth	83
--	----

<i>Oksana V. Gavrichenko</i> Interrelation of creativity and individual and personal features of students	105
---	-----

*Yulia V. Chestyunina, Ekaterina V. Zabelina,
Irina A. Trushina, Ekaterina V. Vedeneeva,
Alena G. Lisichkina*

Particularities of the structure and maintenance
of economic attitudes of the working pensioners 127

Evgenia E. Kriger, Elena V. Bakhadova

Values of parent and child relations deviant adolescents 157

СОДЕРЖАНИЕ

От редактора	14
--------------------	----

Тематические сообщения

<i>А.Г. Асмолов, М.С. Гусельцева</i> О ценностном смысле социокультурной модернизации образования: от реформ – к реформации	18
--	----

Эмпирические исследования

<i>В.Р. Орестова, Е.Е. Сулимова</i> Личностные особенности и специфика принятия решений в ситуации морального выбора сотрудниками организации	44
--	----

<i>И.В. Солодникова, Н.В. Солодникова</i> Потребительская социализация подростков: возрастная, гендерная и культурная специфика	64
---	----

<i>О.В. Гребенникова, Н.И. Юрченко</i> Особенности личностной и лингвистической идентичности у представителей современной молодежи	83
--	----

<i>О.В. Гавриченко</i> Связь креативности и индивидуально-личностных особенностей студентов	105
---	-----

*Ю.В. Честюнина, Е.В. Забелина, И.А. Трушина,
Е.В. Веденеева, А.Г. Лисичкина*

Особенности структуры и содержания
экономических аттитюдов работающих пенсионеров 127

Е. Э. Кригер, Е. В. Бахадова

Ценности родительско-детских отношений
девиантных подростков 157

ОТ РЕДАКТОРА

Дорогие коллеги, представляем первый номер 2019 года, в который вошли статьи, посвященные важнейшим вызовам нашего времени.

Прежде всего, это проблема современного образования, требующая принципиально новой парадигмы с целью модернизации наших образовательных учреждений – от детских садов и школ до университетов. Необходимость такой социокультурной реформации для плодотворного развития нашего общества очень четко продемонстрирована в статье А.Г. Асмолова и М.С. Гусельцевой.

Эмпирические исследования наглядно подтверждают востребованность подобных изменений, что показано и в работах, изучающих ценности взаимоотношений родителей и девиантных подростков, и в специфике потребительской социализации современных подростков, и, особенно, в содержании личностной и лингвистической идентичности.

Еще одной важной проблемой, затронутой в предлагаемом вашему вниманию номере журнала, стало исследование трансформаций идентичности в повседневном изменяющемся мире. Эти изменения происходят в самых разных сферах – от принятия решений сотрудниками организации до личностных особенностей и креативности студентов.

Приведенные в работах наших авторов данные раскрывают тесную связь между разными сферами и направлениями социализации подростков и молодежи в людей современном мультикультурном мире. Нестабильность ситуации социального развития особенно негативно сказывается на личностном развитии подрастающего поколения, ценностях и идентичности молодежи, приводя к дезадаптивности и девиантности поведения.

Таким образом, журнал продолжает традицию освещения исследований, объединяющих разнообразие научных подходов в единстве их новизны и значения для психологической науки наших дней.

FROM THE EDITOR

Dear colleagues, we present the first issue of the 2019 year. It includes articles devoted to the most important challenges of our time. First of all, this is the problem of modern education, which requires a fundamentally new paradigm in modernizing our educational institutions – from kindergartens and schools to universities. The need for such a sociocultural reformation for the fruitful development of our society is very clearly demonstrated in the article written by A.G. Asmolov and M.S. Guseltseva.

Empirical researches clearly confirm the demand for such changes. It is shown in the works studying the values of the relationship between parents and deviant adolescents, as well as in the specifics of consumer socialization of modern adolescents, and especially in the content of personal and linguistic identity.

Another important problem raised in this issue of our journal was the study of identity transformations in the everyday changing world. These changes occur in a variety of areas – from the decision-making strategies of staff in different organizations to the personal characteristics and creativity of students.

The data presented in the works of our authors reveal a close connection between different spheres and areas of socialization of adolescents and young people in the modern multicultural world.

The instability of the situation of social development especially negatively affects the personal development of the younger generation, values and identity of young people, leading to non-adaptability and deviant behavior.

Thus, on the pages of our journal is continued the trend of researches that combine a variety of approaches in the unity of their novelty and importance for the psychological science of the present.

Тематические сообщения

УДК 159.9

DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-18-43

О ценностном смысле социокультурной модернизации образования: от реформ – к реформации

Александр Г. Асмолов

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия,
agas@mail.ru*

Марина С. Гусельцева

*Психологический институт РАО, Москва, Россия,
mguseltseva@mail.ru*

Аннотация. Рассматриваются особенности трансформации российского образования в современной социокультурной ситуации развития. Обосновывается необходимость перехода от моделей образования, опирающихся на ценностные предпосылки экономического и технологического детерминизма, к пре-адаптивным моделям образования как пространствам свободы и возможностей. Последние ориентированы на персонализацию, вариативность, открытость системы новому опыту и разрабатываются через оптику гуманитарного стандарта «культуры достоинства». Критикуемые же модели исходят из ценностных установок «культуры полезности», утилитаризма и унификации. Концептуализация преадаптивных моделей образования опирается на культурно-психологический анализ современности и историко-эволюционный подход к изучению российского образования и общества. Выявляются причины незавершенности российских исторических волн модернизации. Показано, что в отечественной истории,

© Асмолов А.Г., Гусельцева М.С., 2019

начиная с петровских реформ, была взята на вооружение исключительно технологическая сторона модернизации. Не учитывался тот факт, что реформы как социальные действия лишены чувствительности к сложности и разнообразию общества, не ориентированы на ценности гуманизации и индивидуальности личности, качество повседневной жизни, достоинство человека. Раскрывается смысл конструкта «реформация в образовании», подчеркивается отличие данного понятия от сложившихся представлений о реформах образования.

Ключевые слова: методология, социокультурная модернизация образования, культура, личность, гуманизм, реформы образования, реформация в системе образования, персонализация, сложность, разнообразие

Для цитирования: Асмолов А.Г., Гусельцева М.С. О ценностном смысле социокультурной модернизации образования: от реформ к реформации // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. № 1. С. 18–43. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-18-43.

Value sense of sociocultural modernization of education: from reforms to reformation

Alexander G. Asmolov

*Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration, Moscow, Russia, agas@mail.ru*

Marina S. Guseltseva

*Russian Academy of Education Psychological Institute,
Moscow, Russia, mguseltseva@mail.ru*

Abstract. The transformation of Russian education in the situation of today challenges is discussed in the article. The necessity of the transition from education models based on the value of economic and technological determinism to pre-adaptive education models as a space of freedom and opportunities is substantiated. They are focused on personalization, variability, openness of the system to new experience and

are developed through the optics of the humanitarian standard “culture of dignity”. Criticized models come from the value of the “utility culture”. The conceptualization of pre-adaptive models of education is based on the cultural and psychological analysis of modernity and the historical-genetic approach to the study of the evolution of Russian education and society. The reasons for the incompleteness of the Russian modernization are identified. It is shown that in the national history beginning with the reforms of Peter the Great only the technological side of modernization was adopted, but it was not recognized its humanitarian essence including the humanization of society, the quality of everyday life, human dignity. The meaning of the construct “reformation in education” is revealed, the difference of this concept from the existing ideas about education reforms is emphasized.

Keywords: methodology, sociocultural modernization of education, culture, personality, humanism, educational reforms, reformation in the education system

For citation: Asmolv AG., Guseltseva MS. Value sense of sociocultural modernization of education: from reforms to reformation. RSUH/RGGU Bulletin. “Psychology. Pedagogics. Education” Series. 2019; 1:18-43. DOI 10.28995/2073-6398-2019-1-18-43.

Эволюционный смысл социокультурной модернизации общества и системы его образования обусловлен в наши дни задачами перехода от индустриального к постиндустриальному и информационному типу культуры, от стагнирующей экономики к научно-технологическому прорыву, но, главное, к иному гуманитарному стандарту отношений государства и человека, достойному качеству жизни и раскрытию возможностей развития личности. Для того чтобы осуществить такого рода переход, недостаточно изучить мировой опыт успешных модернизаций. Необходимо понять сложный процесс становления идентичности собственной страны, возможности ее роста, перспективы развития и препятствия на пути к будущему в эпоху персонализации.

Поскольку российская система образования переживает далеко не первую трансформацию, прежде чем действовать, важно отразить саму логику реформ как особых стилей социальных действий. Уязвимость каскада российских реформ заключается в их скороспелости, импульсивности, игнорировании мотивации поведения различных социальных групп. Российские реформаторы нередко действовали по формуле, ярко проявившейся в экспериментах психолога В.И. Аснина: «Некогда думать, надо доставать!» Важный материал для осмысления деперсонализирующего реформаторского стиля социальных действий содержит «Очерк развития русской философии» Г.Г. Шпета [1], где наряду со становлением философской мысли в России рассматриваются вопросы, касающиеся типологии и психологии российской интеллигенции, заимствования культурных и религиозных традиций, особенности возникновения первых отечественных университетов и академий. Названная работа Г.Г. Шпета особенно ярко демонстрирует, что вопросы реформирования системы российского образования невозможно отделить как от эволюции культуры страны, так и государства в целом.

Социокультурный анализ эволюции российского образования и общества

Система российского образования изначально складывалась в процессе государственных реформ, зарождалась в технократическом духе реформирования как особого стиля социальных действий. С историко-генетических позиций суть этих процессов прослеживал Г.Г. Шпет, российский философ, искусствовед и литературный критик: «XVII век в Западной Европе – век великих научных открытий, свободного движения философской мысли и широкого разлива всей культурной жизни. Последний не мог не докатиться и до Москвы – против ее собственной воли. Блестящее одиночество в Европе восточного варварства начинало быть препятствием для развития самой

Европы. Со второй половины века западное влияние пробивается в Москву все глубже с каждым десятилетием, если не с каждым годом. В ночной московской тьме стали зажигаться грезы о свете и знании» [2 с. 82]. Однако социокультурным контекстом этих реформ служили деспотизм и невежество, бедность собственной культурной почвы. Г.Г. Шпет отмечал, что хотя с преобразовательной деятельностью Петра I в жизни страны началась новая эпоха и подул свежим северным ветром перемен, в семью европейских народов Россия «вошла как сирота»: «В хвастливом наименовании себя третьим Римом она подчеркивала свое безотчество, но не сознавала его. Она стала христианской, но без античной традиции и без исторического культуропреимства» [2 с. 83]. В то время как западная культура восприняла христианство на языке античности, Россия выбрала язык болгарский. Это обусловило, что вместо Возрождения «московский “Ренессанс”» стал «провозглашением идеи третьего Рима», где «старец Елизарова монастыря похвалялся [невежеством]: “Аз – сельский человек, учился буквам, а еллинских борзостей не текох, а риторских астроном не читах, ни с мудрыми философы в беседе не бывал...”» [2 с. 84]. В целом же просветительские идеалы восточного православия нашли для России лаконичное выражение в реплике: «земля, господин, такова: не можем найти, кто бы горазд был грамоте» [2].

Для раскрытия поставленной в данной статье проблемы важно подчеркнуть тот факт, что ценностными установками реформ и становления традиций отечественного образования выступали утилитаризм, технократизм, пренебрежительное и настороженное отношение к знанию как таковому. «В общем итоге московской истории получилось, что всю культуру, а потому и философию, и науку России не пришлось почерпать из эллинских и римских источников. <...>. Россия начала свою культуру с немецких переводов. И это есть новая Россия – Россия Петра...» [2 с. 85].

Таким образом, ведущим реформаторским стилем в России от Петра до наших дней выступили утилитаризм и прене-

брежение к гуманитарным стандартам культуры. «Государство ...обращается к науке европейской, светской. Нет ничего при этом удивительного, что сам Петр и его ближайшие помощники ценят науку только по ее утилитарному значению, – таково свойство ума малокультурного. Невежество поражается практическими успехами знания; полубразованность восхваляет науку за ее практические достижения и пропагандирует ее как слугу жизни и человека. Но наука имеет свои собственные жизненные силы и свои имманентные законы развития. Служение науки человеку ...нагляднее всего обнаруживается в опытном и математическом познании природы, с одной стороны, и в систематическом познании человека и его общественных отношений, с другой стороны.

«...». Поднявшееся до этой ступени культурное сознание задается уже критическим вопросом, что пользы в самой пользе, и открывает более широкие перспективы жизни, самую жизнь видит шире и выше того, “что человек ест”, любит науку за бескорыстную радость творчества» [2 с. 86].

Еще одной особенностью российской традиции реформаторства явились ее централизация и стремление государства к тотальному контролю жизни общества и личности. Еще при царе Алексее Михайловиче, предшественнике Петра, существовала государственная монополия на домашнее обучение и строгая регламентация деятельности частных учителей. При Петре I впервые возникает потребность в государственных школах. Однако эта потребность вызвана не живым просветительским духом, а утилитарным требованием подготовки кадров для государственного управления и ведения войн: возникают «цифирные», навигационные, инженерные и артиллерийские школы, т. е. образовательные учреждения сугубо профессиональные. Фрагментарное общее образование поначалу предоставляли лишь Киевская и Московская академии. Первая возникла в форме Киево-братской школы в 1651 г. и предназначалась для изучения классических языков, богословия, риторики, нескольких предметов элементарного образования. Московская (славяно-греко-латинская академия) была создана в 1687 г. по

образцу академии Киевской и известна как первое высшее учебное заведение в России. Преподавателями в ней в силу отсутствия местных кадров служили преимущественно болгарские учителя и молодые выпускники Киевской академии. Сходные проблемы нехватки культурных кадров испытывал и открывшийся в 1755 г. первый российский университет. «Университет наш Московский является не довольно снабжен искусными учителями, и не довольно они тщания прилагают для такого научения», – констатировал неудовлетворительное состояние образования в России князь М.М. Щербатов (цит. по: [1 с. 77]. Составляя программу «О способах преподавания разных наук», М.М. Щербатов подчеркивал в ней не только практическую полезность, но и воспитательные функции образования [Там же]. Однако такой общегуманитарный взгляд на образование в России был исключительной редкостью.

Во всяком историческом движении Г.Г. Шпет выделял естественное противоборство двух течений – свободного развития культуры и консервативного духа государства. «У нас эта борьба выливается в парадоксальную форму препирательства между невежественным государством, в лице правительства, и свободною культурою невежества, в лице оппозиционной интеллигенции» [2 с. 96]. Если в европейской истории университеты служили источниками и распространителями «незаинтересованного» знания, то типичным представителем «образованности Петровской эпохи и полным выражением того наивно-варварского утилитарного понимания задач и ценности образования» выступал публицист и государственный деятель В.Н. Татищев (1686–1750), изложивший свое мировоззрение в трактате о пользе наук и училищ в 1733 г. [1 с. 67].

Тем не менее в середине XIX в. даже скудные ростки образования и просвещения, сужая границы невежества, принесли свои плоды. Эта эпоха уже отличалась интенсивным саморазвитием российской культуры и науки, где сила жизни преодолевала барьеры государственного консерватизма и правительственных запретов. «Как ни низок был общий уровень культурного сознания нашего общества того времени, но не-

которые запросы свободного духа проникали в него отчасти с Запада и отчасти под влиянием первых же, хотя слабых, потребностей зарождавшейся науки и литературы» [1 с. 73]. Таким образом, исторические традиции и социокультурная ситуация становления российского образованного общества определили тот факт, что просветительские и гуманистические идеи пробивались скорее вопреки политике государства, а само развитие шло не магистральными потоками Возрождения, Реформации, Просвещения и общей гуманизации общества, но латентными течениями, зачастую ускользающими от «всевидящего ока» государства. По сути дела, эта стилистика латентной модернизации в российской жизни продолжается и по сей день [4].

Более того, в самом российском обществе исторически сложилось настороженное и болезненное отношение к проводимым государством реформам, что имело вполне рациональные мотивации: ведь российское население (в отличие от модернизации в странах Европы) практически никогда не оказывалось бенефициаром проводимых правительствами реформ. Согласно формулировке историка Е.В. Анисимова, в России шла скрытая модернизация, начавшаяся еще в канун петровских реформ, однако Петр I, обретя власть, форсировал модернизационные процессы таким образом, что люди в массе своей не ощутили позитива от случившихся помимо их воли перемен [5]. Затем в XX в., в уже интегрированной в мировое сообщество стране, так или иначе происходили естественные процессы урбанизации и индустриализации в качестве эволюционно обусловленного перехода от традиционного к индустриальному типу культуры, однако Сталин провел индустриализацию так, что массовое производство в России появилось, но люди снова не обрели заслуженного их трудом качества жизни. В дальнейшем, уже во второй половине XX в., когда в России произошел демографический переход, россияне опять оказались лишены соответствующих модернизированному состоянию общества гуманитарных стандартов повседневности. Не почувствовали они, что стали лучше жить и в результате тяжелых реформ 1990-х годов, а то, каким образом эти ре-

формы были проведены, на долгие годы вызвало ценностный диссонанс у самых широких слоев населения, повлекший за собой отторжение и неприятие либерализма и демократии как таковых, прежде всего потому, что вопреки «либеральной» и «демократической» риторике инициаторы технократических реформ действовали по-большевистски – ломая людей через колено. Таким образом, российское государство, где общество живет гораздо хуже, нежели того заслуживает, изрядно задолжало своему народу [6–9].

Наш тезис заключается в том, что от исторической традиции проведения реформ, где государство довлеет над личностью, необходимо перейти к инновациям реформации, где личность и общество модернизируют само государство. Однако прежде всего сформулируем основные различия между реформами и реформацией как разными стилями социальных действий.

Применение понятия истории культуры к сфере образования вызывает справедливые вопросы: является ли здесь реформация исключительно метафорическим конструктом и насколько уместно применять этот термин для описания ситуации в современном российском образовании? Чем реформация образования отличается от сложившегося представления о реформах образования? Да и можно ли в строгом смысле слова называть реформами образования те процессы, которые происходили с российской системой образования за последние десятки лет? Реформа есть относительно кратковременный период перестройки системы, после чего та начинает функционировать по новым правилам. В чем заключаются принципиальные изменения системы российского образования на постсоветском пространстве в сравнении с историческими традициями дореволюционного и советского образования? Все эти вопросы требуют глубокого изучения и смены методологической оптики.

Фокусы социальных изменений: Реформа vs Реформация

В текущем российском контексте понятие реформы имеет скорее негативные коннотации. Проблема здесь заключается не столько в привычном для российского общества расхождении риторики и реальности, а в том, что за этим кроется ценностный диссонанс между мотивами так называемого частного человека и деперсонализирующими технократическими установками реформ. Именно ценностный диссонанс рельефно проступает в травмированности массового сознания, что является вполне адекватной реакцией на социальную несправедливость, на бесчувственность управленческих элит, иными словами, на утрату ими чувствительности к судьбам людей и достоинству отдельного человека.

Из каких благих намерений ни исходили бы инициаторы технократических реформ как социальных действий – в сознании людей результаты этих реформ постоянно ассоциировались с потерей качества жизни и унижением человеческого достоинства. Позитивная же модернизация страны и системы ее образования требует прежде всего ответов на вопросы о гуманитарном смысле и терминальных целях реформ, о предполагаемых механизмах реализации, затрагивающих судьбы конкретных поколений как учащихся, так и их семей. Лишь то, что способствует повышению качества жизни и более высокому гуманитарному стандарту развития, является сегодня оправданным при проведении тяжелых для людей социальных экспериментов.

Реформы в отечественном образовании необходимо начинать, как минимум, с постановки вопроса об автономии сферы образования от неудовлетворяющей требованиям эпохи персонализации [10, 11] технократической и архаичной системы государственного управления. В повседневной практике российских школ за редким исключением доминирует сегодня репрессивная стилистика недружественного (friendly) человеку государства. Для обозначения стиля такого рода отношений государства с

человеком предложим термин «левиафанизация». Наиболее явно стиль левиафанизации в истории образования проявлялся в так называемой шовинистической педагогике, описанной в работе Ж. де Пюимежа [12]. Таким образом, выделим две системы социальных действий, направленных на трансформацию образования: реформы и реформация.

С целью подчеркнуть отличие утилитарных российских реформ, не замечающих человека и не ставящих приоритетом задачу – сделать повседневную жизнь людей достойнее, – мы и вводим конструкт реформация образования. Суть последней заключается в приоритете ценностных гуманистических установок над утилитарными прагматическими установками, а также в смене методологической оптики, обнаруживающей перспективы усиления гражданской инициативы и личного участия субъектов в трансформациях, которые непосредственно затрагивают их жизнь и будущее их детей. Из этих установок и происходит иной, не технократический, но антропологический (человеко-сообразный) взгляд на модернизацию образования. В свою очередь, управленческой элите в этой парадигме предстоит повысить чувствительность к сложности социальной жизни и мотивации поведения «частного человека». Ибо лишь возрастающая в наши дни требовательность общества к качеству управления способна стать драйвером позитивных перемен в отношениях государства и общества, личности и государства, преодолевая стиль левиафанизации.

В идеальном сценарии развивавшееся, модернизированное общество должно вести за собой государство, однако технократически ориентированная политическая система России сделать этого не позволяет. Именно это противоречие становится, с одной стороны, предпосылкой системного кризиса и ценностного диссонанса между государством и обществом, а с другой – проявляется в непредсказуемых событиях и усложняющейся онтологии российской жизни, попадающих в наши дни в фокус изумленного государева ока. Так, в серии исследований, проводимых под руководством М.Э. Дмитриева [13], получены неожиданные данные. Перемены в настроениях обще-

ства выразились в переходе от внешнего к внутреннему локусу контроля, возрастающей гражданской зрелости, в запросе на смену модели отношений: вместо «человек для государства» – «государство для человека» [Там же]. Между тем для культурно-аналитической методологии, исходящей из предпосылок социокультурной неоднородности российского общества, принципов латентности и гетерогенности его модернизационной динамики [4], эти вышедшие на поверхность и уже наблюдаемые процессы не представляются столь неожиданными. Обрисуем аналитическую модель, которая положена в основу этих рассуждений. Более детально она представлена в серии публикаций журнала «Образовательная политика» [14–17].

*Сложность и разнообразие
процессов модернизации:
ценностный смысл Ренессанса,
Реформации и Просвещения*

В концептуальных рамках культурно-аналитического подхода [4, 14, 15] нами разрабатывалось представление о необходимости дифференцировать идеальное Я страны (мифологизированные представления об обществе) и реальное Я страны (эмпирически данная, но не всегда осознаваемая онтология современности). На протяжении последних десятилетий в научном и публицистическом дискурсе все чаще высказывалась мысль, что Россия не пережила свое Возрождение, Реформацию и Просвещение, а следовательно, не прошла необходимые культурно-психологические этапы, прожитые европейскими странами в ходе волн модернизации при переходе сначала от феодализма к абсолютизму (централизованному национальному государству), а затем и к современному (правовому, демократическому, светскому и гражданскому) обществу. «В каком-то смысле мы сейчас находимся в западноевропейском XVIII веке, когда было жизненно необходимо сформулировать новую гуманистическую систему ценностей, сделать ее этической нормой

для всего общества и тем самым оградить светскую культуру от клерикальных нападков» [7].

Следует отметить, что упомянутый выше дискурс неявно опирается на биогенетический закон Геккеля-Мюллера, согласно которому организм в индивидуальном развитии неизбежно проходит стадии предшествующей биологической или исторической эволюции: онтогенез есть быстрое и краткое воспроизведение филогенеза. Несмотря на множество аргументов, высказанных против этой гипотезы, она эффективна как метафора при понимании исторической динамики стран, государств и цивилизаций.

С позиции социокультурного анализа современная Россия представлена смешанными пластами традиционной, индустриальной и постиндустриальной культур. В них наряду с продвинутыми и мобильными сообществами присутствуют социальные слои, до сих пор пребывающие в культурно- психологическом времени до модернизации – в традиционном обществе. Такая реальность находит отражение и в повседневности школ, где фактически отсутствуют условия для удовлетворения базовых потребностей человека (например, благоустроенные туалеты), и в низком общегуманитарном стандарте российской жизни. Эта Россия живет в культурно- психологическом времени феодализма, там не свершились, т. е. не пережиты социальные действия Возрождения, Реформации и Просвещения. Она ментально пребывает в средневековом сословном обществе, несмотря на тот факт, что на дворе календарный XXI век. Выводя на передний план анализа эту архаичную реальность, мы, разумеется, абстрагируемся от концепции множественности Россий, согласно которой отечественная действительность гетерогенна и мозаична.

Итак, в российской истории культурно-деятельностно не прожиты эпохи Ренессанса (ярко свершившегося в Италии, породившего гуманизм и лишь забрезжившего в России в серебряном возрождении XX в.), Реформации, Просвещения. А ведь именно эти процессы имеют самое непосредственное отношение к гуманистической модернизации общества и системы его образования.

В чем заключался ценностный смысл Ренессанса? По определению немецкого филолога К. Бурдаха, Ренессанс есть «духовная революция», источником которой служило «стремление личности к новому национальному, этическому и социальному порядку как к высшей цели» [18 с. 10]. Суть Ренессанса заключалась в изменении антропологической оптики: в открытии человека в истории культуры и в раскрытии человеком самого себя [Там же]. Это был также опыт критикосинтетической работы с традицией: усвоение античных текстов посредством их реинтерпретации собственной культурой; опыт рождения индивидуальности личности; становление гуманизма как цивилизационной парадигмы жизни общества. В концептуальных рамках культурно-аналитического подхода культура Возрождения трактуется как одно из значимых духовных движений в общем потоке модернизации [4]. «В сущности, речь идет об общеевропейском культурном движении, которое повсюду спонтанно прорывается из медленно формирующихся духовных преобразований и сущность которого описывается такими словами как углубление и возбуждение духовной жизни, освобождение индивида, пробуждение личностного чувства, внимание к природе и опыту, реалистический стиль в искусстве и т. п.» [18 с. 16].

Подчеркнем, что внутренняя логика ренессансной культуры емко передается термином «варьета» [19], ставшим точкой опоры при проектировании программ вариативного образования [10]. Эта же логика проявляется в повышенном внимании к *liberal art*, программы которых органично передают дух реформации, но отторгаются как чуждое тело в контексте технократических реформ.

В чем ценностный смысл Реформации? Это был следующий модернизационный этап в эволюции духовной сферы человека, принесший в жизнь общества культурные практики свободы совести, вольнодумства, невмешательство религиозных организаций в частную жизнь личности. Сутью реформации в ее изначальном, а не метафорическом смысле, выступило требование: «обновление церковного сообщества и его религи-

озной жизни должны проистекать из обновления религиозности индивида» [18 с. 47]. Иной стороной этого процесса стала секуляризация общества, отделение церкви как от государства, так и от участия в вопросах образования. С позиций культурно-психологического анализа следует отметить, что советское общество, несмотря на провозглашаемый атеизм, продолжало оставаться латентно религиозным в смысле блокировки критического мышления и научной рациональности. Так, коммунистическая идеология, хотя марксизм-ленинизм и именовался наукой, по сути являлась разновидностью религиозного учения и формировала сознание корпоративного типа, тоталитарное и сектантское. «Будучи воспитанными на европейской культуре, оперируя политическим языком и социальными метафорами европейской истории, мы редко отдаем себе отчет, что в России никогда (за исключением двух постсоветских десятилетий) не было светского государства» [7].

В чем заключался ценностный смысл Просвещения? Его исчерпывающе раскрыл И. Кант: «Просвещение – это выход человека из состояния своего несовершеннолетия, в котором он находится по собственной вине. Несовершеннолетие есть неспособность пользоваться своим рассудком без руководства со стороны кого-то другого» [20 с. 25]. Причины этой неспособности, согласно И. Канту, есть «леность и трусость», «недостаток решимости и мужества пользоваться им [разумом] без руководства со стороны кого-то другого. Sapere aude! – имей мужество пользоваться собственным умом! – таков, следовательно, девиз Просвещения» [Там же]. Труды деятелей Просвещения, таких как И. Кант, И. Гердер, Дж. Локк, Ф. Вольтер, Д. Дидро, Ш. Монтескье и др., заложили новую парадигму отношений между обществом и государством, концепцию правового государства, гражданского общества и достоинства личности. Свободомыслие и чувство собственного достоинства – неотъемлемые права человека, культивирование которых ведет общество к позитивной модернизации. Однако овладение этими правами требует личного мужества и гражданской ответственности. Рефлексия ограниченности «рецептурного мышления» [21] позво-

ляла вызволить сознание человека из-под власти стереотипов и ригидных установок. Она открывала шлюзы для критического творческого мышления.

Именно благодаря развитию критического мышления отдельный человек и гражданское общество воздействуют на государство, преобразуя его из абсолютистского и деспотического в цивилизованное и правовое. Эпоха Просвещения проживалась Европой на фоне гражданских войн и падения империй, монархий, однако, что не всегда очевидно, ее культурно-историческим продуктом явилось возникновение гражданского общества как достижение разумного компромисса после гражданской войны, в основе которого, в свою очередь, лежал конфликт разных жизненных ценностей и образов государственного устройства. Появление правового государства, самоорганизация общества и общественный контроль за соблюдением прав личности – плоды Просвещения.

Происходящая смена парадигмы в европейской культуре Нового времени институализировалась и реализовалась в изменении повседневных практик взаимодействия человека и государства: в переходе от модели человек для государства – к модели государство для человека. Имея истоки в эпохе античности, эта антропологическая (человеко-сообразная, где человек есть «мера всех вещей») интеллектуальная традиция в полной мере была концептуализирована В. Гумбольдтом [22]. Его программа изменила всю парадигму образования: от утилитарного подхода к человеку – к развитию личности как цели и смысла государства. Отметим, что эта программа перекликалась и с этическим учением И. Канта, согласно которому человек никак не может служить средством, но исключительно целью. Именно смена парадигмы, изменение подхода и отношения к человеку выступило основой модернизации как цивилизационного процесса, т. е. как социокультурной трансформации общества в современность.

В оптике антропологического поворота просвещение в России нередко называют «незавершенным просвещением» [23]. В начале XX в. ренессансная модернизация в России вспыхнула в виде серебряного возрождения, но не завершилась

созданием фундамента для новой системы жизни, распространением возникшего культурного слоя. Однако, несмотря на тот факт, что на протяжении XX в. в российской истории происходило уничтожение аристократической элиты, в обществе совершались, как минимум, два процесса модернизации – официальная модернизация (технократическая, индустриальная, инициатором и бенефициаром которой являлось государство, то есть меньшинство управленческой элиты, а основное население страны получало в этом процессе культурные травмы и терпело лишения) и латентная модернизация (низовая), происходившая стихийно и спонтанно в силу процессов самоорганизации культуры. (За неимением возможности подробнее остановиться на концептуализации и феноменологии нисовой модернизации в рамках данной статьи см. об этом: [9]).

Следует отметить, что методология самоорганизации до самого последнего времени недостаточно осмысливалась в качестве важного фактора социокультурной модернизации общества в целом и системы образования в частности. Тогда как в сегодняшнем методологическом обновлении психологической науки важную роль играют идеи самоорганизации. В недавно опубликованной статье Д.А. Леонтьев справедливо отметил, что даже несмотря на цитирование трудов И.Р. Пригожина, принципы самоорганизации не сделались рабочим мировоззрением психологов [24]. Равным образом и идеи пре-адаптации как «готовности к изменениям» [25].

Благодаря теории открытых неравновесных систем И.Р. Пригожина, достижениям эволюционной биологии и прорывам социогуманитарных наук на рубеже XX–XXI вв. произошло мировоззренческое обновление современной науки. Феноменология неадаптивных проявлений в биологии, социологии и психологии рассматривается сегодня с позиции не неудач и ошибок эволюции, но неочевидных возможностей развития, где важную роль играют процессы пре-адаптации к непредсказуемому будущему. Таким образом, пре-адаптация к неопределенности становится стратегией навигации развивающихся систем, выступает фактором порождения избыточности биологическо-

го, когнитивного, социального и психологического разнообразия. С этих позиций эволюция рассматривается как решение разного рода задач на неопределенность и связывается с двумя взаимодополняющими режимами социокультурной динамики: адаптивной эволюцией, создающей устойчивость и специализацию видотипичных и социально одобряемых форм поведения, и пре-адаптивной эволюцией, обеспечивающей готовность к изменениям и порождающей новые формы жизни [24].

Еще одной особенностью российского стиля реформирования, требующей критического анализа, является, используя термин братьев Стругацких, идеология прогрессорства – особого рода конструктивизм. Со своей позитивной стороны он стимулирует личную инициативу, предприимчивость, гражданскую активность и т. п. Однако у него есть и обратная сторона – недоверие к субъектности, к саморазвитию и самоорганизации. Неким уравновешивающим дополнением конструктивизма служит сформулированный с опорой на гуманистические идеи А. Швейцера принцип благоговения перед развитием: тактичность и чувствительность к тем ситуациям, где развитие системы следовало бы пустить на самотек, предоставить свободу течения [15]. Идеи гуманизма и латентный эпистемологический принцип самоорганизации выступают предпосылками психолого-педагогических доктрин, известных под названиями «воспитание свободой», «свобода учиться» и т. п. [26, 27]. Базовое доверие к человеку, вера в то, что предоставленный самому себе субъект, ежели он здоров, склонен к естественной активности (познавательной, социальной, гражданской) и к саморазвитию, наиболее последовательно проводится семейным психологом Л.В. Петрановской [28]. Она подчеркивает, что для возникновения детского творчества не нужно ни «стимулировать мотивацию», ни создавать «насыщенную среду», а достаточно попросту не мешать... «Ребенок любой творческий, это нормально» – вопрос здесь скорее, как не задавить, нежели как стимулировать [Там же]. Еще более продуктивной эта методология оказывается в плане социально-политического развития: будь то самоорганизации малого бизнеса или самозарождение гражданского общества, где позитивная задача

государства заключается прежде всего в самоограничении, чтобы не вмешиваться в саморазвивающиеся процессы с ненужными контролирующими функциями, предоставить людям и инициативным сообществам свободу творческой самодеятельности.

«Не из рефлексии, не из интеллектуальной способности возникают большие исторические волны, направляющие внутреннюю жизнь народов на новые пути. Гуманизм и Ренессанс – не продукты знания. Они возникли не потому, что ученые захотели обнаружить и вернуть пропавшие памятники античной культуры и античного искусства. Гуманизм и Ренессанс возникли из пламенного, безграничного ожидания и стремления стареющего времени, душа которого, возбужденная в своих глубинах, жаждала новой молодости» [18 с. 128]. Иными словами, логика истории, латентная самоорганизация общества, творческая активность субъекта и рождающийся на пересечении этих стремлений запрос на обновление становятся источниками социокультурных модернизирующих движений.

Заключение

Методологической предпосылкой данной статьи является установка на расширение чувствительности исследователей к сложности и разнообразию различных развивающихся систем. Именно эта установка позволяет наметить различия между такими социальными действиями, как реформы и реформация, используемыми в качестве инструментов социокультурной трансформации общества и образования.

С этих позиций нами утверждается, что в современном мире становятся все менее конкурентноспособными продукты реформ как социальных действий, за которыми стоят технократические стили управления и недружественные человеку стратегии левиафанизации. Технократические реформы, в отличие от гуманизирующей и чувствительной к культурно- психологическим факторам реформации, приводят к ценностному диссонансу между государством, обществом и личностью.

Соревнование в сфере научно-технологического прорыва выигрывают те, кто ориентирован на стратегии пре-адаптации – готовности к изменениям. При нынешнем уровне сложности, неопределенности и разнообразия социокультурной жизни авторитарные модернизации, относительно эффективные на индустриальном этапе развития общества, утрачивают ведущую роль. Развитие современной экономики требует не иерархического и централизованного управления, но развития сетевых структур и горизонтальных связей. Научно-технологический прорыв коренится прежде всего в гуманитарном стандарте повседневной жизни человека. Ведущую роль в постиндустриальном информационном развитии общества играет не государственное планирование, а инициативы и творческая самодеятельность субъектов.

Таким образом, основная причина неуспеха российских волн модернизации, получивших исторические названия: догоняющей, незавершенной, «абортивной» и т. п., именно в отторжении управленческими элитами следующих позиций и ценностных установок: автономия и самостояние личности важнее доминирования государства; суть успешной модернизации в смене парадигмы от «человек для государства» – к «государство для развития человека»; требуется не школа, готовящая детей для государственных нужд, а государство, служащее развитию образования и раскрытию творческого потенциала человека.

Благодарность

Работа выполнена в рамках госзадания, темы НИР 18.12 ФИРО РАНХиГС «Социокультурная модернизация и развитие образования в России: методология, инструментарий, механизмы и опыт реализации».

Acknowledgment

This work was supported by the state task, project 18.12 FIRO of the RANEPА “Socio-cultural modernization and development of education in Russia: methodology, tools, mechanisms and implementation experience”.

Литература

1. *Шпет Г.Г.* Сочинения. М.: Правда, 1989. 608 с.
2. *Шпет Г.Г.* Философско-психологические труды. М.: Наука, 2005. 479 с.
3. *Каждан А.П.* Византийская культура (X–XII век). М.: Наука, 1968. 233 с.
4. *Гусельцева М.С.* Образы достойного будущего как фактор позитивной социализации детей и подростков: идея модернизации // Образовательная политика. 2015. № 2. С. 6–26.
5. *Анисимов Е.В.* Пётр Первый: благо или зло для России? М.: Новое литературное обозрение, 2017. 272 с.
6. *Панеях Э.Л.* В России государство намного хуже населения // Meduza, 2016. [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/feature/2016/02/19/v-rossii-gosudarstvo-namnogo-huzhe-naseleniya> (дата обращения 4 ноября 2018).
7. *Прохорова И.Д.* Светское общество и традиционалистское сознание. Научная лекция // Сноб. 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://snob.ru/selected/entry/84749> (дата обращения 9 апреля 2015).
8. *Шульман Е.М.* Практическая политология. Пособие по контакту с реальностью. М.: АСТ, 2018. 280 с.
9. Низовая модернизация. Могут ли общество и государство двигаться в разных направлениях? // In Liberty. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.inliberty.ru/magazine/issue10/> (дата обращения 4 января 2019).
10. *Асмолов А.Г.* Оптика просвещения: социокультурная перспектива. М.: Просвещение, 2012. 447 с.
11. *Асмолов А.Г.* Психология современности: вызовы неопределённости, сложности и разнообразия // Психологические исследования. 2015. Т. 8 (40). С. 1. [Электронный ресурс]. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения 4 января 2019).
12. *Пюимеж Ж. де.* Шовен, солдат-землепашец. Эпизод из истории национализма. М.: Языки славянской культуры, 1999. 400 с.
13. *Дмитриев М.Э., Никольская А.В., Белановский С.А., Черепанова Е.В.* Осенний перелом в сознании россиян: мимолетный всплеск или новая тенденция? М.: КГИ, 2018. 42 с.

14. *Гусельцева М.С.* Образы достойного будущего как фактор позитивной социализации детей и подростков: идея культуры // Образовательная политика. 2015. № 1. С. 64–79.
15. *Гусельцева М.С.* Образы достойного будущего как фактор позитивной социализации детей и подростков: идея гуманизма // Образовательная политика. 2015. № 4. С. 7–27.
16. *Асмолов А.Г., Гусельцева М.С.* Образование как потенциальный ресурс модернизации общества // Образовательная политика. 2016. № 2. С. 2–19.
17. *Гусельцева М.С.* Образы достойного будущего в позитивной социализации детей и подростков: модели успеха // Образовательная политика. 2016. № 3. С. 8–25.
18. *Бурдах К.* Реформация. Ренессанс. Гуманизм. М.: РОССПЭН, 2004. 208 с.
19. *Баткин Л.М.* Леонардо да Винчи и особенности ренессансного творческого мышления. М.: Искусство, 1990. 417 с.
20. *Кант И.* Сочинения: В 6 т. М.: Мысль, 1966. Т. 6. С. 25–36.
21. *Рабинович В.Л.* Алхимия как феномен средневековой культуры. М.: Наука, 1979. 389 с.
22. *Гумбольдт В.* О пределах государственной деятельности. М.: Социум; Три квадрата, 2003. 200 с.
23. *Дмитриева Н.А.* Человек и история: к вопросу об «антропологическом повороте» в русском неокантианстве // Журнал Гефтер. 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://gefter.ru/archive/7211> (дата обращения 28 января 2019).
24. *Леонтьев Д.А.* Илья Пригожин и психология XXI века // Психол. журн. 2018. Т. 39. № 3. С. 5–14.
25. *Асмолов А.Г., Шехтер Е.Д., Черноризов А.М.* Преадаптация к неопределенности как стратегия навигации развивающихся систем: маршруты эволюции // Вопросы психологии. 2017. № 4. С. 3–26.
26. *Нилл А.* Воспитание свободой. М.: Педагогика-Пресс, 2000. 296 с.
27. *Роджерс К., Фрейберг Д.* Свобода учиться. М.: Смысл, 2002. 527 с.
28. *Петрановская Л.В.* Почему ребенка не нужно направлять в творчестве. 2015. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=wi_oLioH-gQ&frags=pl%2Cwn (дата обращения 25 ноября 2018).

References

1. Shpet GG. Sochineniya [Works (In Russ.)]. Moscow: Pravda Publ., 1989. 608 p.
2. Shpet GG. Filosofsko-psikhologicheskie Trudy [Philosophical and psychological works (In Russ.)]. Moscow: Nauka Publ., 2005. 479 p.
3. Kazhdan AP. Vizantiiskaya kul'tura (X-XII vek) [Byzantine culture (In Russ.)]. Moscow: Nauka Publ., 1968. 233 p.
4. Gusel'tseva MS. Obrazy dostoinogo budushchego kak factor pozitivnoi sotsializatsii detei i podrostkov: ideya modernizatsii [Images of worthy future as a factor of positive socialization of children and adolescents: the idea of modernization (In Russ.)]. *Obrazovatel'naya politika* [Educational policy (In Russ.)], 2015, no. 2, pp. 6–26.
5. Anisimov EV. Petr Pervyi: blago ili zlo dlya Rossii? [Peter the Great: good or evil for Russia? (In Russ.)] Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2017. 272 p.
6. Paneyakh EL. V Rossii gosudarstvo namnogo khuzhe naseleeniya. [In Russia the State is much worse than the Population (In Russ.)]. *Meduza*, 2016. [Internet]. URL: <https://meduza.io/feature/2016/02/19/v-rossii-gosudarstvo-namnogo-huzhe-naseleniya> (Accessed: 04.11.2018).
7. Prokhorova ID. Svetskoe obshchestvo i traditsionalistskoe soznanie [Secular society and traditional consciousness (In Russ.)]. *Snob*. 2014. [Internet]. URL: <http://snob.ru/selected/entry/84749> (Accessed: 09.04.2015).
8. Shul'man EM. Prakticheskaya politologiya. Posobie po kontaktu s real'nost'yu [Practical political science. Handbook on contact with reality (In Russ.)]. Moscow: AST Publ., 2018. 280 p.
9. Nizovaya modernizatsiya. Mogut li obshchestvo i gosudarstvo dvi-gat'sya v raznykh napravleniyakh? [Bottom modernization. Can society and the state move in different directions? (In Russ.)]. In *Liberty*, 2018. [Internet]. URL: <https://www.inliberty.ru/magazine/issue10/> (Accessed: 04.01.2019).
10. AsmOLOV AG. Optika prosveshcheniya: sotsiokul'turnaya perspektiva [Optics enlightenment: sociocultural perspective (In Russ.)]. Moscow: Prosveshchenie Publ., 2012. 447 p.

11. Asmolov AG. Psikhologiya sovremennosti: vyzovy neopredelennosti, slozhnosti i raznoobraziya [Psychology of modernity: the challenges of uncertainty, complexity and diversity (In Russ.)]. Psikhologicheskie issledovaniya, 2015, 8 (40), 1. [Internet]. URL: <http://psystudy.ru>
12. Pyuimezh Zh. de. Shoven, soldat-zemlepashets. Epizod iz istorii nacionalizma [Chauvin, a landowner soldier. Episode from the history of nationalism (In Russ.)]. Moscow: Yazyki slavyanskoi kul'tury Publ., 1999. 400 p.
13. Dmitriev ME., Nikol'skaya AV., Belanovskii SA., Cherepanova EV. Osennii perelom v soznanii rossiyan: mimoletnyi vsplesk ili novaya tendentsiya? [Autumn change in the minds of Russians: a fleeting surge or a new trend? (In Russ.)]. Moscow: KGI Publ., 2018. 42 p.
14. Gusel'tseva MS. Obrazy dostoinogo budushchego kak faktor pozitivnoi sotsializatsii detei i podrostkov: ideya kul'tury [Images of worthy future as a factor of positive socialization of children and adolescents: the idea of culture (In Russ.)]. Obrazovatel'naya politika [Educational policy], 2015, no. 1, pp. 64–79.
15. Gusel'tseva MS. Obrazy dostoinogo budushchego kak faktor pozitivnoi sotsializatsii detei i podrostkov: ideya gumanizma [Images of worthy future as a factor of positive socialization of children and adolescents: the idea of humanism (In Russ.)]. Obrazovatel'naya politika [Educational policy], 2015, no. 4, pp. 7–27.
16. Asmolov AG., Gusel'tseva MS. Obrazovanie kak potentsial'nyi resurs modernizatsii obshchestva [Education as a potential resource for the modernization of society (In Russ.)]. Obrazovatel'naya politika [Educational policy], 2016, no. 2, pp. 2–19.
17. Gusel'tseva MS. Obrazy dostoinogo budushchego v pozitivnoi sotsializatsii detei i podrostkov: modeli uspekha [Images of worthy future as a factor of positive socialization of children and adolescents: the success models (In Russ.)]. Obrazovatel'naya politika [Educational policy], 2016, no. 3, pp. 8–25.
18. Burdakh K. Reformatsiya. Renessans. Gumanizm. Moscow: Rossiyskaya politicheskaya entsiklopediya Publ., 2004. 208 p.
19. Batkin LM. Leonardo da Vinchi i osobennosti renessansnogo tvorcheskogo myshleniya [Leonardo da Vinci and features of the Renaissance creative thinking. (In Russ.)]. Moscow: Iskusstvo Publ., 1990. 417 p.

20. Kant I. Sochineniya [Works]. Moscow: Mysl' Publ., 1966, v. 6. pp. 25–36.
21. Rabinovich VL. Alkhimiya kak fenomen srednevekovoi kul'tury [Alchemy as a phenomenon of medieval culture. (In Russ.)]. Moscow: Nauka Publ., 1979. 389 p.
22. Gumbol'dt V. O predelakh gosudarstvennoi deyatelnosti [On the limits of state activity]. Moscow: Tri kvadrata Publ., 2003. 200 p.
23. Dmitrieva NA. Chelovek i istoriya: k voprosu ob «antropologicheskom povorote» v russkom neokantianstve [Human and History: On the Question of the “Anthropological Turn” in Russian Neo-Kantianism (In Russ.)]. Zhurnal Gefter, 2013. [Internet] URL: <http://gefter.ru/archive/7211> (Accessed: 28.01.2019).
24. Leont'ev DA. Il'ya Prigozhin i psikhologiya XXI veka. Psikhologicheskii zhurnal [Psychological Journal (In Russ.)], 2018, v. 39, no. 3, pp. 5–14.
25. Asmolov AG., Shekhter ED., Chernorizov AM. [Preadaptation to uncertainty as a strategy of developing systems navigation: The ways of evolution (In Russ.)]. Voprosy psikhologii [Psychology Issues], 2017, no. 4, pp. 3–26.
26. Nill A. Vospitanie svobodoi [Upbringing freedom (In Russ.)]. Moscow: Pedagogika-Press Publ., 2000. 296 p.
27. Rodzhers K., Freiberg D. Svoboda uchit'sya [Freedom to learn (In Russ.)]. Moscow: Smysl Publ., 2002. 527 p.
28. Petranovskaya LV. Pochemu rebenka ne nuzhno napravlyat' v tvorchestve [Why the child does not need to send in the creativity (In Russ.)]. 2015. [Internet] URL: https://www.youtube.com/watch?v=wi_oLioH-gQ&frags=pl%2Cwn (Accessed: 25.11.2018).

Информация об авторе

Александр Г. Асмолов, доктор психологических наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия; 119571, Россия, Москва, пр-т Вернадского, 82, стр. 1; agas@mail.ru

Марина С. Гусельцева, доктор психологических наук, доцент, Психологический институт РАО, Москва, Россия; 125009, Россия, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 4; mguseltseva@mail.ru ORCID ID: 0000-0002-0545-0612

Information about the author

Alexander G. Asmolov, Sc.D. (Psychology), Professor, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia; bld. 82-1, Vernadsky avenue 119571, Moscow, Russia; agas@mail.ru

Marina S. Guseltseva, Sc.D. (Psychology), associate professor, leading research associate, Russian Academy of Education Psychological Institute, Moscow, Russia; bld. 9-4 st. Mokhovaya, Moscow, Russia, 125009; mguseltseva@mail.ru ORCID ID: 0000-0002-0545-0612

УДК 159.9

DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-44-63

Личностные особенности и специфика принятия решений в ситуации морального выбора сотрудниками организации

Василиса Р. Орестова

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, v.r.orestova@gmail.com*

Елена Е. Сулимова

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, elenkasulimova@mail.ru*

Аннотация. В статье представлено исследование связи мотивации к одобрению и социально одобряемых черт личности наряду с особенностями принятия моральных решений сотрудниками организации разного уровня. В исследовании приняли участие 64 человека ($n=64$), разделенных на две группы: руководители и подчиненные. Для изучения особенностей принятия моральных решений участникам были предложены две игровые задачи. Полученные результаты позволяют сделать выводы о том, что люди, которые ведут себя при решении моральных задач более рационально, эгоистично и рискованно, отличаются меньшей мотивацией к одобрению, большим пессимизмом и склонностью к соперничеству как основному способу поведения в конфликте. Для руководителей оказались характерны большой пессимизм, меньшая мотивация к одобрению со стороны, а также соперничество как ведущий тип поведения в конфликте. Также было выявлено, что женщины склонны поступать более рационально и эгоистично, если внешний контроль отсутствует, а женщины-руко-

© Орестова В.Р., Сулимова Е.Е., 2019

водители отличаются наибольшей рациональностью-эгоистичностью и рискованностью в ситуации решения игровых задач.

Ключевые слова: корпоративная культура, моральные дилеммы, личность, оптимизм, стратегии поведения в конфликте

Для цитирования: Орестова В.Р., Сулимова Е.Е. Личностные особенности и специфика принятия решений в ситуации морального выбора сотрудниками организации // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. № 1. С. 44–63. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-44-63.

Personal characteristics and specificity of decision making in a situation of moral choice by employees of the organization

Vasilisa R Orestova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
v.r.orestova@gmail.com*

Elena E. Sulimova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
elenkasulimova@mail.ru*

Abstract. The study of the relationship of motivation to the approval and socially approved personality traits and features of moral decision-making by employees of organizations of different levels is presented in the article. The study involved 64 people (n=64), divided into two groups: supervisor and subordinates. To study the features of making moral decisions, participants were presented with two game tasks. The results obtained lead to the conclusion that people who behave when solving moral problems are more rational, selfish and risky, have less motivation for approval, greater pessimism and a tendency to compete as the leading mode of behavior in conflict. For managers, there were more pessimism, less motivation for approval, and also rivalry as the leading type of behavior in a conflict. It was also revealed that women tend to act more rationally and selfishly, if there is no external control, and women leaders are distinguished

by the most rationality and selfishness, as well as riskiness in the situation of solving game problems.

Keywords: corporate culture, moral dilemmas, personality, optimism, behavior strategies in conflict

For citation: Orestova VR., Sulimova EE. Personal characteristics and specificity of decision making in a situation of moral choice by employees of the organization. *RSUH/RGGU Bulletin. "Psychology. Pedagogics. Education" Series*. 2019; 1:44- 63. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-44-63.

Современная корпоративная культура предъявляет достаточно жесткие требования не только к профессиональным, но и к личностным качествам своих сотрудников, а являясь «стандартизированной», такая культура распространяет единые требования на всех сотрудников, что особенно отчетливо видно по существующим методикам профессионального отбора, который реализуется кадровыми службами в крупных организациях. Как правило, помимо анализа компетентности сотрудника кадровые службы рассматривают, насколько человек соответствует нормам и стандартам корпоративной культуры и то, в какой степени он будет способен ее усвоить за период испытательного срока. Важным для эффективной работы и продвижения в компании становится наличие у сотрудника «социально одобряемых» качеств, к которым относятся, в первую очередь: оптимизм, общительность, целеустремленность, высокий уровень самооценки, конформность. Обладание такими чертами рассматривается в рамках компетентностной модели как показатель мотивированности, стрессоустойчивости и ориентированности на коллектив.

При ближайшем рассмотрении корпоративная культура – важнейший инструмент формирования индивидуального сознания работника. Она придает сотрудникам организационную идентичность, определяет представление о компании, является источником преемственности и стабильности, способствует формированию чувства социальной защищенности и единого

контекста межличностного взаимодействия в ее рамках. Таким образом, она формирует самосознание сотрудника как части организационной культуры, а также, через усвоение корпоративной культуры и свойственных ей норм, и стандартов поведения, способствует образованию желательных в рамках этой специфической социокультурной среды черт личности [1].

Примером предпочитаемых качеств, с точки зрения корпоративной культуры, в частности, построенной по американской модели, являются: профессионализм и компетентность, взаимная поддержка, оптимизм, мотивация к постоянному развитию и совершенствованию [2, 3]. Наряду с этими наиболее важными для организации чертами, рядом других авторов выделяются позитивные принципы управления, направленные на эффективную работу руководителя с подчиненными, а также позитивные взаимодействия между членами организации, что можно понимать, как систематический обмен информацией, вежливость, доступность руководителя для сотрудников [1]. Таким образом, как абсолютные ценности, выступают: позитивное настроение, вера в собственные силы, командная работа, адекватная самооценка своих позитивных и негативных черт, коммуникабельность и т. п.

Однако зачастую эти социально-желательные качества могут противоречить требованиям деятельности и объективно необходимым психологическим качествам, необходимым для решения некоторых задач. Причина тому – искусственность корпоративной культуры, которая не может предусматривать весь спектр задач, которые необходимо решать ее сотрудникам. Например, это обнаруживается в случаях, когда перед человеком возникает необходимость принимать ответственные решения или когда отдельные части работы предусмотрено выполнять единолично. Как правило, речь в данном случае идет о руководителях отделов и подразделений, к которым предъявляются особые требования. Одна из важнейших задач, стоящих перед ними, – принятие различного рода решений, в том числе стратегических, экономических, управленческих. Причем ряд решений, принимаемых сотрудниками корпорации, могут

быть крайне неоднозначными и противоречить либо нормам корпоративной этики, либо нормам морального поведения и межличностного взаимодействия. Соответственно, способность эффективно справляться с задачей выбора в ситуации высокой ответственности можно рассматривать как одно из наиболее важных качеств перспективного сотрудника. И здесь встает вопрос – может ли способность к принятию ответственных моральных решений вступать в противоречие с теми качествами личности, которые наиболее востребованы корпоративной культурой?

С.В. Молчанов отмечает, что можно выделить несколько групп факторов принятия решений в условиях моральных и социальных дилемм: социально-психологические; личностные особенности субъекта решения; ситуативные факторы и особенности содержания самих дилемм [4]. В ряде исследований была обнаружена связь особенностей решения моральных дилемм с полом, возрастом [5, 6], социальным статусом, такими личностными особенностями как: эмпатии [7, 8, 9], социальная ориентация личности, проявление заботы об интересах других людей [10], ориентация на сотрудничество или соперничество [11, 12, 13, 14], нарциссизм [15], (Campbell et al. 2005), экстраверсия и доброжелательность (Koole et al. 2001). Вместе с тем, практически не рассматривается в этом контексте оптимизм – пессимизм, хотя эта черта может иметь немаловажное значение.

В нашем исследовании, с одной стороны, мы попытались соотнести эти очень специфические индивидуальные особенности – социально желательные в контексте корпоративной культуры характеристики – с конкретным поведением испытуемых при решении задач, моделирующих конфликтные социальные взаимодействия в двух группах (подчиненных и руководителей).

Целью нашей работы является исследование связи мотивации к одобрению и социально одобряемых черт личности с особенностями принятия моральных решений.

На основе проведенного теоретического анализа мы выдвинули гипотезы:

Выраженность мотивации к одобрению и социально одобряемых черт характера связана с предпочитаемыми стратегиями принятия решений в игровых задачах.

Сотрудники, занимающие руководящие посты, отличаются от подчиненных меньшей выраженностью социально одобряемых черт характера, меньшей мотивацией к одобрению и реализуют иные стратегии принятия решений в игровых задачах.

Методики исследования:

1. Опросник социальной желательности Кроуна-Марлоу.
2. Опросник «Тест жизненной ориентации» (LOT-R / ТЖО в адаптации Циринг Д.А., Эвнина К.Ю.), направленный на диагностику оптимизма-пессимизма.
3. Тест описания поведения Томаса (в адаптации Н.В. Гришиной), оценивающий предрасположенности к конфликтному поведению.

Также нами использовались следующие игровые задачи:

1. «Диктатор» – задача на дележ суммы денег вне какой бы то ни было оценки или контроля со стороны экспериментатора или второго условного игрока. Краткое описание игры: играют двое, но на самом деле – один человек. Первому дают 100 рублей и говорят: «Поделись, пожалуйста, этими деньгами с другим человеком. Ты можешь отдать ему абсолютно любую сумму на твое усмотрение». Первый выбирает любое целое число рублей от 0 до 100. 100 рублей дали монетками по одному рублю. Он отдает это количество рублей второму, и на этом игра заканчивается. Первый игрок принимает решение о том, как совершить этот платеж, единолично. Второй игрок не является игроком как таковым.

Измеряемыми параметрами в данной задаче являются:

- 1) моральная составляющая предложенного дележа – дележ может быть:
 - эгоистичным (рациональным) – испытуемый оставляет себе сумму, более чем на 50% превышающую ту, которую он отдает;
 - честным – испытуемый отдает либо половину суммы, либо незначительно отличающуюся от нее сумму (в пределах 50% от оставляемой себе суммы);

- альтруистичным – оставляет себе меньше, нежели отдает другому человеку;
- 2) соотношение отдаваемой и оставляемой сумм денег.

2. «Ультиматум» – задача на дележ суммы денег с условием, что дележ должен быть подтвержден вторым игроком, иначе оба останутся ни с чем. То есть отличие от предыдущей игры состоит в том, что второй игрок теперь имеет возможность повлиять на исход дележа, подтвердив или не подтвердив решение первого игрока.

В данной игре оцениваются следующие параметры:

- 1) склонность к риску – чем больше отношение оставляемого вознаграждения к отдаваемому, тем больше риск остаться ни с чем;
- 2) моральная составляющая предложенного дележа – дележ может быть эгоистичным, честным или альтруистичным (так же, как и для игры «Диктатор»). Однако на этот раз эгоизм дележа уже не будет свидетельствовать о рациональности выбранной стратегии.

Все расчеты проводились с помощью статистического пакета SPSS Statistics 21.

Характеристика выборки.

В исследовании приняло участие 64 человека в возрасте от 20 до 39 лет, из них 31 женщина и 33 мужчины, поделенные на две группы сравнения. В первой группе сравнения – рядовые сотрудники (47 человек, из них 22 женщины и 25 мужчин), во второй – сотрудники, занимающие руководящие посты (17 человек, 9 женщин и 8 мужчин).

Анализ и обсуждение результатов

В результате решения задачи «Диктатор» 39 испытуемых (61%) предпочли оставить себе существенно большую сумму, чем оставили оппоненту, а альтруистических дележей не было ни одного. Это свидетельствует в пользу того, что испытуемые

склонны вести себя рационально и эгоистично в условиях отсутствия социального контроля. В задаче «Ультиматум» ситуация сложилась несколько иначе. В данной задаче дележи гораздо реже были эгоистичными и чаще – честными и альтруистичными. К примеру, всего 13 испытуемых предпочли эгоистичный дележ (20,3%), честный – 47 испытуемых (%) и альтруистичный – 4 испытуемых (6,3%).

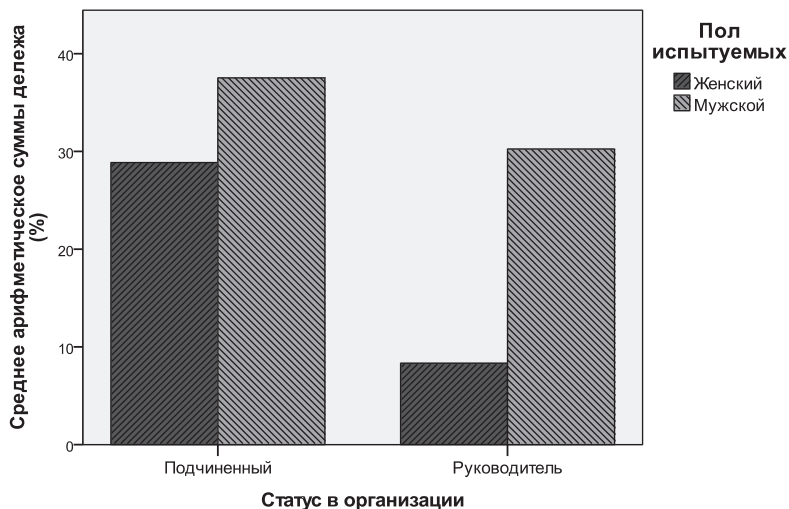


Рис. 1. Связь суммы дележа с полом и статусом в организации в задаче «Диктатор»

Результаты математического анализа свидетельствуют о том, что женщины-руководители значительно отличаются по предпочтению более эгоистичных и рациональных платежей в задаче «Диктатор». Женщины-руководители в среднем оказались готовы отдавать 8,3% суммы, женщины-подчиненные 28,9%, мужчины-руководители – 30,3% и, в конечном итоге, мужчины-подчиненные – 37,5%. Несколько иную ситуацию мы видим в задаче «Ультиматум».

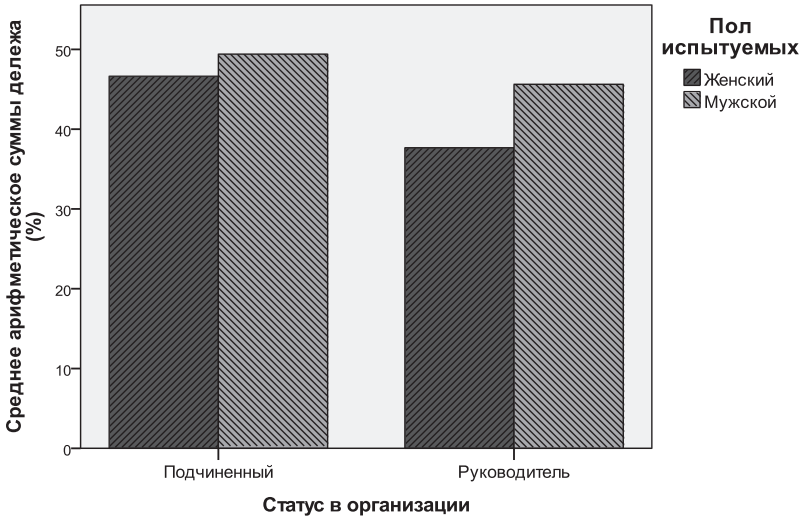


Рис. 2. Связь суммы дележа с полом и статусом в организации в задаче «Ультиматум»

На приведенном графике видим, что четыре группы сравнения (мужчины-руководители, женщины-руководители, мужчины-подчиненные и женщины-подчиненные) различаются гораздо меньше: всего на 12% суммы дележа в среднем отличаются в наиболее и наименее «эгоистичных» группах. Здесь значимо отличаются только женщины-руководители от мужчин-подчиненных и женщин-подчиненных.

Надо отметить, что между суммами дележей в двух задачах существует выраженная корреляция (критерий Спирмена, $r = 0,711$ $p < 0,001$), следовательно, мы можем сделать вывод о том, что люди, ведущие себя эгоистично в задаче «Диктатор», также более эгоистичны и в задаче «Ультиматум». Эту корреляционную связь мы можем рассматривать как дополнительное свидетельство в пользу того, что испытуемые ведут себя схожим образом в двух задачах, т. е. большая эгоистичность женщин-руководителей по сравнению с женщинами-подчиненными и мужчинами-подчиненными – не случайность, а закономерность.

Дальнейший анализ результатов показывает, что сумма дележей одного и того же испытуемого в задаче «Диктатор» почти всегда меньше или равна сумме его дележа в задаче «Ультиматум» (критерия Вилкоксона, $p < 0.001$). Это позволяет сделать вывод, что фактор социального контроля играет важную роль в том, какие дележи производят испытуемые. Также он свидетельствует в пользу того, что на решения людей влияет фактор социальной желательности: в ситуации, когда они не ожидают одобрения, поощрения или наказания (морального) со стороны, люди склонны вести себя более рационально и эгоистично.

С другой стороны, в увеличении суммы дележа в задаче «Ультиматум» есть и вполне рациональная причина, выражающаяся в том, что оппонент может отвергнуть предложение, которое покажется ему нечестным. Если в задаче «Диктатор» очень многие испытуемые, в особенности руководители, вели себя эгоистично и отдавали очень малые суммы, то в задаче «Ультиматум» величина минимального дележа начинается примерно от 25%. Таким образом, эгоистичные дележи в задаче «Ультиматум» могут также рассматриваться как более рискованные, так как в этих случаях шанс остаться ни с чем увеличивается.

Результаты опросника социальной желательности демонстрируют, что большая часть респондентов (66%) получила по методике умеренные баллы, в группы с низкой и высокой мотивацией к одобрению вошли 14% и 21% респондентов соответственно. Дальнейший анализ результатов показал, что подчиненные и их руководители существенно отличаются по параметру мотивации к одобрению. Проиллюстрируем эти различия на диаграмме.

Интересно, что для группы руководителей чаще была характерна низкая и умеренная мотивация к одобрению и никогда – высокая, тогда как в группе подчиненных люди с умеренной и высокой мотивацией к одобрению встречались примерно с одинаковой частотой.

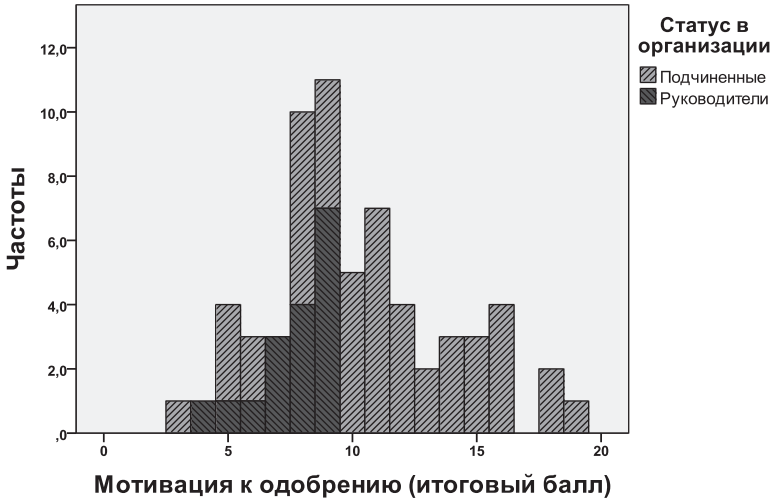


Рис. 3. Частоты встречаемости баллов мотивации к одобрению у руководителей и подчиненных

Корреляционный анализ показал, что существуют значимые связи между социальной желательностью и результатами в задачах «Диктатор» (Спирмен, $r = 0,454$, $p < 0,001$), и «Ультиматум» (Спирмен, $r = 0,280$, $p < 0,05$). Исходя из полученных результатов, суммы дележей в пользу оппонента выше у тех сотрудников, у которых выше мотивация к одобрению со стороны окружающих. И наиболее сильно эта связь проявляется именно в задаче «Диктатор» – задаче с наименьшим контролем за респондентом. Можно предположить, что честные дележи, которые мы наблюдали в задачах «Диктатор» и чаще – в задаче «Ультиматум», могут объясняться именно желанием испытуемых получить одобрения со стороны проверяющего, и чем выше был контроль, тем чаще люди совершали более честные дележи.

По результатам опросника «Тест жизненной ориентации» существуют различия между руководителями и подчиненными (Манна–Уитни, $p < 0,05$). Различий между мужчинами и женщинами обнаружено не было. Проиллюстрируем результаты

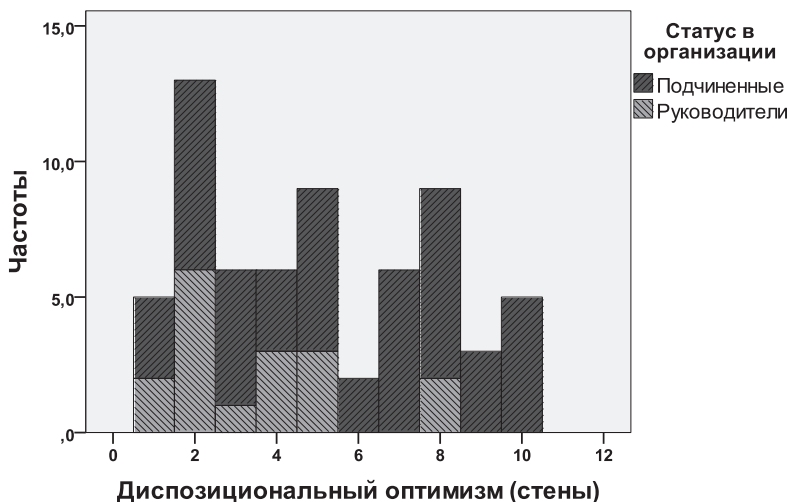


Рис. 4. Распределение баллов диспозиционного оптимизма у сотрудников, занимающих рядовые и руководящие должности

испытуемых по опроснику ТЖО (в стенах) на гистограмме частот с разделением по статусу в организации.

На гистограмме видно, что руководители отличаются меньшими показателями диспозиционного оптимизма, в среднем они набирали 3,5 стена, что соответствует пессимизму, тогда как подчиненные – 5,5 стена, что интерпретируется как промежуточное значение между пессимизмом и оптимизмом, т. е. нормальному показателю по шкале. Корреляционный анализ связи диспозиционного оптимизма с суммами дележей показал, что связь существует, но выраженность небольшая (для игры «Диктатор» $r = -0,250$, $p < 0,05$, для игры «Ультиматум» $r = -0,283$, $p < 0,05$).

По результатам опросника «Тест описания поведения Томаса» были обнаружены различия для группы руководителей и подчиненных.

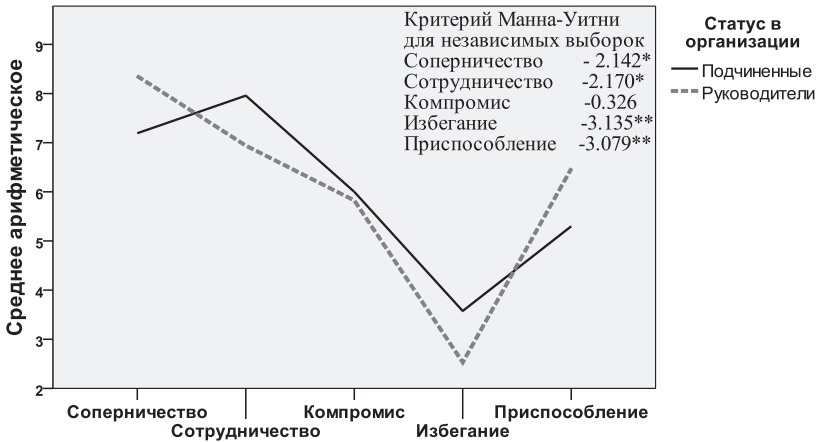


Рис. 5. Усредненный профиль сырых баллов по шкалам оценки поведения в конфликте у сотрудников, занимающих рядовые и руководящие должности

* – знч. на уровне $p < 0.05$;

** – знч. на уровне $p < 0.01$ (Критерий Манна–Уитни)

Исходя из приведенных результатов, руководители в среднем характеризуются большими баллами по шкалам «Соперничество» и «Приспособление» и меньшими баллами по шкалам «Избегание» и «Сотрудничество».

Далее мы выделили типы поведения в конфликте. Как оказалось, для большей части испытуемых характерно соперничество или сотрудничество, или эти два типа в разнообразных сочетаниях с другими типами, то есть в конечном итоге нам удалось выделить четыре группы сравнения. Результаты сопоставления выделенных типов статуса в организации, мотивации к одобрению, диспозиционального оптимизма и пола демонстрируют следующее. Для руководителей в меньшей степени характерно сотрудничество и в большей – соперничество. Соперничество оказалось связанным с низкой мотивацией к одобрению, а сотрудничество – с большей мотивацией соответственно. При

сравнении соперничества и сотрудничества с типами дележей в задаче «Диктатор» была выявлена связь признаков: эгоистичные платежи более характерны для людей с типом поведения «соперничество», а честные – для людей с типом поведения «сотрудничество». При этом связь типа поведения в конфликте с типом дележа в задаче «Ультиматум» не подтвердилась. Также были обнаружены различия между показателем диспозиционного оптимизма у людей с разными типами поведения в конфликте – у респондентов с типом поведения «Соперничество» в меньшей степени выражен оптимизм, чем у респондентов с типом поведения «Сотрудничество» (Манна–Уитни, $p < 0,05$).

Подводя итоги, можно сказать, что первая гипотеза нашего исследования подтвердилась. Люди, которые вели себя в игровых задачах более рационально, эгоистично и рискованно, отличались меньшей мотивацией к одобрению, большим пессимизмом и склонностью к соперничеству как ведущему способу поведения в конфликте.

Подтвердилась и вторая гипотеза: для руководителей оказались характерны больший пессимизм, меньшая мотивация к одобрению со стороны, чем для подчиненных, а также соперничество как ведущий тип поведения в конфликте. Кроме того, для руководителей оказалась типична большая эгоистичность и рациональность в ситуации, когда внешний контроль минимальный и риск отсутствует, и эгоистичность в сочетании с рискованностью, когда внешний контроль несколько повышен и появляется риск потерять деньги в случае слишком нечестного по отношению к оппоненту решения.

Также нами было обнаружено, что женщины склонны поступать более рационально и эгоистично, если внешний контроль отсутствует, а женщины-руководители отличаются наибольшей рациональностью-эгоистичностью, а к тому же рискованностью дележей. Полученные результаты свидетельствуют о том, что в рамках корпоративной культуры женщины склонны к большему индивидуализму, эгоизму и риску.

Однако наиболее интересный, по нашему мнению, вывод в отношении корпоративной культуры – несоответствие деклари-

руемых и одобряемых в организации ценностей тем личностным и поведенческим качествам, которые необходимы для карьерного роста в организации, и эффективной деятельности на руководящих позициях. Практически во всех случаях руководители характеризовались меньшей выраженностью одобряемых в организации черт характера: более пессимистичны, эгоистичны и рациональны, а также в меньшей степени подверженные мотивации одобрения. Такое рассогласование может говорить как о проблемных моментах в конкретной корпоративной культуре организации, на базе которой проводилось исследование, так и об общем для всех корпоративных культур свойстве – индивидуальному противостоянию этой культуре, девиации, необходимых для того, чтобы выделиться из общей массы сотрудников и получить повышение.

Выводы

1. Женщины-руководители характеризуются большим эгоизмом и рациональностью в условиях отсутствия внешнего контроля, а также большим эгоизмом и рискованностью – при наличии внешнего контроля.

2. Для руководителей характерно более рациональное и рискованное поведение при наличии внешнего контроля, тогда как подчиненные в меньшей степени склонны к риску, их поведение в большей степени обусловлено фактором социальной желательности.

3. Руководителей отличает больший диспозициональный пессимизм, по сравнению с подчиненными. Также руководители склонны к соперничеству, тогда как для подчиненных в большей степени характерно сотрудничество.

Большая рискованность и эгоистичность при принятии решений в условиях социального контроля в задаче «Ультиматум» (свойственная руководителям) связаны с меньшей мотивацией к одобрению и большим диспозициональным пессимизмом.

4. Большая рациональность и эгоистичность при принятии решений вне социального контроля в задаче «Диктатор» (также свойственные руководителям) связаны с соперничеством как ведущим типом поведения в конфликте, большим диспозициональным пессимизмом и меньшей мотивацией к одобрению.

Благодарность

Статья выполнена в рамках работы по научному проекту РГГУ «Идентичность в повседневном изменяющемся мире» (конкурс «Проектные научные коллективы РГГУ»).

Acknowledgment

The work was prepared in the frame of scientific RSUH project “Identity in the everyday changing world” (contest “Project research teams of the RSUH”)

Литература

1. Шеляпин В.Н., Федотова Г.А. Формирование корпоративной культуры организации: теоретический аспект // Вестник Новгородского государственного университета. 2012. № 70. С. 62–65.
2. Абалов И. Корпоративная культура в современных российских организациях // Предпринимательство. 2006. № 5. С. 88–92.
3. Стадник А. Интеграция корпоративных культур // Управление компанией. 2004. № 3. С. 69–70.
4. Молчанов С.В. Условия и факторы решения моральных дилемм в подростковом возрасте // Национальный психологический журнал. 2014. № 4 (16). С. 42–51.
5. Gilligan C. In a different voice: Women’s conceptions of self and morality // Harvard Educational Review. 1997. 47. P. 481–517.

6. *Levine R.V., Norenzayan A. & Philbrick K.* Cross-cultural differences in helping strangers // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2001. Vol. 32. 5. P. 543–559.
7. *Eisenberg N.* Altruistic emotion, cognition, and behavior. N.Y.: Hillsdale, 1986.
8. *Eisenberg N.* The relation of altruism and other moral behaviors to moral cognition. N.Y., 1982.
9. *Hoffman M.L.* Empathy, its limitations, and its role in a comprehensive moral theory // In W.M. Curtines W. & J.L. Gergitz (eds.) *Morality, moral behavior and moral development*. N.Y.: John Willey, 1984. P. 283–313.
10. *Муздыбаев К.* Социальные дилеммы и способы их решения // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2007. Т. X. № 2. С. 99–122.
11. *Kramer R.M., Brewer M.B.* Social group identity and the emergence of cooperation in resource conservation dilemmas // *Experimental Social Dilemmas*. Frankfurt: Verlag Peter Lang, 1986. P. 205–234.
12. *Kuhlman D.M., Wimberley D.C.* Expectation of choice behavior held by cooperators, competitors, and individualists across four classes of experimental games // *Journal Pers. Soc. Psychol.* 1976. Vol. 34. P. 69–81.
13. *Van Lange P.A.M.* Rationality and Morality in Social Dilemmas: The Influence of Social Value Orientations // *Social Dilemmas: Theoretical Issues and Research Findings*. Oxford: Pergamon press, 1992. P. 133–145.
14. *Van Lange P.A.M., Liebrand W.B.G.* The Influence of other's morality and own social value orientation on cooperation in The Netherlands and the U.S.A. // *Intern. Journal Psychol.* 1991. Vol. 26. P. 429–449.
15. *Холмс Д.* Нарциссизм. М.: Проспект, 2002.
16. *Campbell W.K., Bush C.P., Brunell A.B., Shelton J.* Understanding the social costs of narcissism: The case of the tragedy of the commons // *Pers. Soc. Psychol. Bull.* 2005. Vol. 31. P. 1358–1368.
17. *Koole S. L., Jager W., Van den Berg A.E. et al.* On the social nature of personality: Effects of extraversion, agreeableness and feedback about collective resource use on cooperation in a resource dilemma // *Pers. Soc. Psychol. Bull.* 2001. Vol. 27. P. 289–301.

References

1. Shelyapin VN., Fedotova G.A. Formirovanie korporativnoj kul'tury organizacii: teoreticheskij aspekt [Formation of corporate culture of the organization: theoretical aspect (In Russ.)] // Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. 2012. № 70. S. 62-65.
2. Abalov I. Korporativnaya kul'tura v sovremennyh rossijskikh organizacijah [Corporate culture in modern Russian organizations (In Russ.)] // Predprinimatel'stvo. 2006. № 5. S. 88-92.
3. Stadnik A. Integraciya korporativnyh kul'tur [Corporate Culture Integration (In Russ.)] // Upravlenie kompaniej. 2004. № 3. S. 69-70.
4. Molchanov SV. Usloviya i faktory resheniya moral'nyh dilemm v podrostkovom vozraste [Conditions and factors for solving moral dilemmas in adolescence (In Russ.)] // Nacional'nyj psihologicheskij zhurnal. 2014. № 4 (16). C. 42-51.
5. Gilligan C. In a different voice: Women's conceptions of self and morality // Harvard Educational Review. 1997. 47. P. 481-517.
6. Levine RV., Norenzayan A. & Philbrick K. Cross-cultural differences in helping strangers // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2001. Vol. 32. 5. P. 543-59.
7. Eisenberg N. Altruistic emotion, cognition, and behavior. N.Y.: Hillsdale, 1986.
8. Eisenberg N. The relation of altruism and other moral behaviors to moral cognition. N.Y., 1982.
9. Hoffman ML. Empathy, its limitations, and its role in a comprehensive moral theory // In W.M. Curtines W. & J.L. Gergitz (eds.) Morality, moral behavior and moral development. N.Y.: John Willey, 1984. P. 283-313.
10. Muzdybaev K. Social'nye dilemmy i sposoby ih resheniya [Social dilemmas and solutions (In Russ.)] // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii. 2007. Tom X. № 2. S. 99-122.
11. Kramer RM., Brewer MB. Social group identity and the emergence of cooperation in resource conservation dilemmas // Experimental Social Dilemmas. Frankfurt: Verlag Peter Lang, 1986. P. 205-34.

12. Kuhlman DM., Wimberley DC. Expectation of choice behavior held by cooperators, competitors, and individualists across four classes of experimental games // Journal Pers. Soc. Psychol. 1976. Vol. 34. P. 69-81.
13. Van Lange P.A.M. Rationality and Morality in Social Dilemmas: The Influence of Social Value Orientations // Social Dilemmas: Theoretical Issues and Research Findings. Oxford: Pergamon press, 1992. P. 133–145.
14. Van Lange P.A.M., Liebrand W.B.G. The Influence of other's morality and own social value orientation on cooperation in The Netherlands and the U.S.A. // Intern. Journal Psychol. 1991. Vol. 26. P. 429–449.
15. Holms D. Narcissizm [Narcissism (In Russ.)]. М.: Просpekt, publ., 2002.
16. Campbell WK., Bush CP., Brunell AB., Shelton J. Understanding the social costs of narcissism: The case of the tragedy of the commons // Pers. Soc. Psychol. Bull. 2005. Vol. 31. P. 1358-368.
17. Koole SL., Jager W., Van den Berg AE. et al. On the social nature of personality: Effects of extraversion, agreeableness and feedback about collective resource use on cooperation in a resource dilemma // Pers. Soc. Psychol. Bull. 2001. Vol. 27. P. 289301.

Информация об авторах

Василиса Р. Орестова, доктор психологических наук, Российский государственный гуманитарный университет, Миусская пл., д. 6, 125993, Москва, Россия; v.r.orestova@gmail.com

Елена Е. Сулимова, магистрант института психологии им. Выготского Л.С., Российский государственный гуманитарный университет, Миусская пл., д. 6, 125993, Москва, Россия; elenkasulimova@mail.ru

Information about the authors

Vasilisa R. Orestova, Ph.D., Doctor of psychology, Russian State University for the Humanities, Miusskaya pl., 6, 125993 Moscow, Russia; v.r.orestova@gmail.com

Elena E. Sulimova, master of psychology, L.S. Vygotsky Institute for Psychology, Russian State University for the Humanities, Miusskaya pl., 6, 125993 Moscow, Russia; elenkasulimova@mail.ru

УДК 159.9

DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-64-82

Потребительская социализация подростков: возрастная, гендерная и культурная специфика

Ирина В. Солодникова

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, 14a20@mail.ru*

Надежда В. Солодникова

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, nadia.v.solodnikova@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности потребительской социализации школьников (московских и европейских), а также зависимость этих особенностей от гендера и возраста. В результате качественного исследования методом интервью было выявлено, что наибольшие различия наблюдаются в зависимости от возраста респондентов. Гендерная специфика потребительской социализации заключается в том, что мальчики-подростки старшей возрастной группы заявляют, что потратят гипотетическую большую сумму на покупки, нацеленные преимущественно на улучшение благосостояния родительской и своей будущей семьи. Культурная специфика проявляется в том, что московские подростки высказывают недоверие к банкам, в то время как европейские доверяют им.

Ключевые слова: потребительская социализация, школьники

Для цитирования: Солодникова И.В., Солодникова Н.В. Потребительская социализация подростков: возрастная, гендерная и культурная специфика // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. № 1. С. 64–82. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-64-82.

© Солодникова И.В., Солодникова Н.В., 2019

Consumer socialization of teenagers: age, gender and cultural differences

Irina V. Solodnikova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
14a20@mail.ru*

Nadezhda V. Solodnikova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
nadia.v.solodnikova@yandex.ru*

Abstract. Consumer socialization of Moscow and EU teenagers in terms of gender and age as well as its relation to gender and age is examined. Quantitative interviews show the most significant differences in consumer socialization in different age groups. Gender-specific characteristics of consumer socialization include the fact that older boys state that they will spend hypothetical large amount of money mainly on improving living standard of parental and their own future families. Cultural differences manifest themselves when Moscow teenagers distrust banks while EU teenagers trust them.

Keywords: consumer socialization, schoolchildren

For citation: Solodnikova IV, Solodnikova NV. Consumer socialization of teenagers: age, gender and cultural differences. *RSUH/RGGU Bulletin. "Psychology. Pedagogics. Education" Series.* 2019; 1:64-82. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-64-82.

Теоретический обзор

Формирующееся в нашей стране общество потребления требует воспитания компетентных потребителей, и эта задача становится все более актуальной в современной России. Так, в 2015 году Министерство Финансов РФ совместно с Всемирным Банком разработали методические материалы для школ [1], и в некоторых московских школах стали проводить дополни-

тельные занятия по финансовой грамотности. Сюда относятся вопросы бюджетирования, распоряжения личными деньгами и сбережениями, кредитования, страхования и др. Формирование финансовой грамотности является также важной частью понятия «потребительская социализация» (подробнее об этом: [2 с. 45]).

В свою очередь при изучении потребительской социализации принято выделять три основных подхода: когнитивистский, бихевиористский и интеракционистский. В рамках когнитивистского подхода за основу берется теория когнитивного развития Ж. Пиаже. Сторонники этого подхода вслед за ученым предполагают, что развитие ребенка происходит в первую очередь за счет его (когнитивной) адаптации к миру (в т. ч. к миру взрослых). Д. Роддер-Джон [3 с. 184–185], опираясь на работы коллег, выделила следующие этапы потребительской социализации ребенка:

1. Этап восприятия (3–7 лет), соответствующий дооперационному периоду у Ж. Пиаже [4]. В этом возрасте дети принимают решения только на основе видимых характеристик предметов. На данном этапе символическое мышление только развивается.

2. Аналитический этап (7–11 лет), соответствующий этапу конкретных операций у Ж. Пиаже. В этом возрасте дети начинают понимать и использовать абстрактные понятия, что в приложении к потребительской социализации означает: реклама и ее базовые функции, бренд, и пр.

3. Рефлексивный этап (11–16 лет), соответствующий периоду формальных операций у Ж. Пиаже. Здесь подростки уже способны оперировать гипотетическими ситуациями, мыслить практически взрослыми категориями.

Второй популярный подход к анализу потребительской социализации основан на разработках бихевиористской школы, в частности теории социального научения А. Бандуры и его учеников. Сторонники этой теории считают, что усвоение новых навыков происходит через наблюдение и подражание другим потребителям (родителям, сверстникам, и т. д.) [2 с. 49]. В некоторых случаях исследователи применяют комбинированный подход на основе когнитивной и бихевиористской теории [5].

Существует также третий, не столь популярный подход – интеракционистский. В его рамках подхода считается, что ребенок должен освоить ряд ролей, среди которых и роль потребителя [6 с. 222]. Ребенок в данном подходе является активным актором (как и в процессе социального научения), а результатом процесса оказывается усвоение знаний о структуре рынка, факторах выбора товара, основных этапах совершения покупки и пр.

В данной статье мы попытаемся провести качественный анализ сходств и различий в потребительской социализации московских и европейских школьников. Подобные исследования достаточно популярны в мире [7, 8].

Выборка

В качестве эмпирической базы выступают 22 интервью (из них 12 с девушками), проведенные со школьниками 10–15 лет в течение 2017–2018 гг.

Целевая аудитория была разделена по полу, возрасту (10–12 лет, 13–15 лет) и месту проживания (Москва и страны Европейского союза – EU – Германия, Болгария, Латвия).

Все данные собраны по месту жительства школьников через скайп или при личной встрече. Выборка целевая нерепрезентативная, сформированная методом «снежного кома». 13 интервью взяты в Москве (средняя продолжительность – 35 минут), еще 9 – в трех европейских странах. Средняя продолжительность европейских интервью составляет 1 час 15 мин., в частности из-за необходимости перевода помощником интервьюера при опросе немецкой части выборки.

В своем исследовании авторы стремились выделить возрастные особенности потребительской социализации двух подгрупп подростков, по возможности отслеживая их гендерную и культурную специфику, сравнивая в последнем случае московских (как наиболее «продвинутой» части российских подростков) и европейских школьников. Собранные данные являются, скорее, «пилотажными» и иллюстративными.

Результаты и их обсуждение

Рассмотрим сначала особенности потребительской социализации респондентов младшей возрастной подгруппы (10–12 лет).

Относительно величины суммы и частоты выдачи карманных денег между московскими и европейскими подростками достаточно много общего. Младшим дают меньше денег, но с более высокой частотой либо не регулярно:

«Папа дает 0,5–1 евро на прогулки» (М., 10 лет, ЕУ)
(в период исследования курс ЕВРО к рублю колебался в пределах 75–80 руб/ЕВРО);

«Если надо что-то купить, родители дают 5 евро, иду и покупаю» (Ж, 10 лет, ЕУ);

«В основном бабушки-дедушки дарят деньги на праздники, у родителей прошу вещи» (Ж, 11 лет, Москва);

«Мама дает 200 руб. 3 раза в неделю» (М, 12 лет, Москва).

Настоящих *банковских карт* у школьников младшей подгруппы еще нет. При этом младшие москвичи в качестве банковских рассматривают карту «Тройка» и социальную карту школьника (которая действительно работает как банковская, но только в пределах школы).

Полученные нами данные практически совпадают с результатами других исследований. Например, по информации портала Statista, британцы в возрасте 8–11 лет получают в среднем 7 фунтов в неделю [9]. Голландские пятиклассники получают в среднем 7 евро в неделю, а восьмиклассники – уже 11 евро [10]. Около 80% пяти- и шестиклассников в Голландии тратят свои карманные деньги на игрушки [11].

Регулярные покупки у младших подростков также мало различаются: и в Москве, и в Европе они покупают три наиболее популярные среди их ровесников категории продуктов: снеки, сладости и безалкогольные напитки. По данным российской исследовательской компании Comcon-2 за 2013 год, наибольшая доля школьников в возрасте 10–12 лет тратят свои деньги

именно на эти три группы продуктов. (В регулярном синдикативном количественном репрезентативном исследовании «Новое Поколение» компании Comcon-2 целевая аудитория – дети 4–15 лет, за дошкольников на большую часть вопросов отвечали родители, школьники заполняли анкеты самостоятельно. Исследование проводилось 2 раза в год в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону и Самаре. Объем выборочной совокупности за полугодие составляет 1500 респондентов. Генеральная совокупность – 2 358 тыс. мам с детьми 4–15 лет.) Таким образом, наши качественные данные подтверждаются репрезентативными количественными.

Последняя самостоятельная покупка респондентов является иллюстрацией той же тенденции: младшие покупают сладости, к которым добавляются подарки близким и канцелярские товары. Примечательно, что, по австралийским данным, первые покупки через интернет происходят в возрасте 11–12 лет. А в возрасте 12–15 лет респонденты уже выступают в качестве продавцов в интернете [12 с. 39–42]. Однако у наших респондентов младшей подгруппы не обнаружено покупок через интернет.

Процесс принятия решения о последней покупке, совершенной школьниками младшей подгруппы, достаточно прост и линеен вне зависимости от места проживания: пришел и купил самое дешевое или то, что привык покупать.

Говоря о *более затратных планируемых покупках*, младшие подростки сообщают, что им не хватает денег на игрушки и домашних животных:

«Lego Castle, полимерная глина» (М, 10 лет, EU);
«Черепашку хочу взамен сбежавшей» (Ж, 11 лет, Москва).

Но у них уже есть и более глобальные потребительские цели:

«Брекеты хочу поставить» (М, 12 лет, Москва).

Способы получения нужной суммы на желаемое у младших школьников отличаются пассивностью:

«Мне все равно ничего не купят» (Ж, 10 лет, EU)

« Попрошу купить на день рождения через месяц» (М, 10 лет, EU)

«Передумал» (М, 10 лет, EU)

Одной из задач интервью было выяснение способов распорядиться «значительной» суммой денег (После открытого вопроса о том, что означает для респондента «много денег», названная цифра умножалась на 10).

Называемые детьми варианты отражают место потребления в выстраиваемой жизненной стратегии.

Содержание полученных ответов мы будем анализировать здесь по двум параметрам: гедонизм (траты на себя) – альтруизм (траты на других), а также тактические – стратегические покупки.

Сначала отметим значительную вариабельность представлений респондентов о «значительной» сумме денег. Её размеры колебались в пределах от 50 евро до 1 млн. левов (приблизительно 40 млн руб.) разово и 36 тыс. евро в год. Необходимо отметить, что среди европейских респондентов при определении «значительности» суммы денег нередко встречается уточнение про регулярность ее получения.

Самая большая вариативность ответов отмечена у младших девочек. У них есть тактические траты:

«Айфон 8+ или 10» (Ж, 11 лет, Москва)

Но присутствуют и стратегические планы потребления:

«Куплю квартиру... маленькую» (Ж, 11 лет, Москва).

Есть желание потратить деньги «на себя»:

«Буду ходить в кино, кафе, аквапарк с друзьями» (Ж, 11 лет, Москва);

Но встречаются и альтруистические планы:

«Дам деньги на защиту животных» (Ж, 11 лет, EU)

Кроме того, у младших московских школьников присутствуют варианты сберегательного поведения, желание оставить часть суммы и не тратить ее, при неоднозначном отношении к банковским учреждениям:

«(Хранить) дома, чтобы никто деньги не украл» (Ж, 11 лет, Москва)

Московские младшие мальчики демонстрируют желание исполнить тактические потребительские мечты:

«Куплю телефон Самсунг» (М, 12 лет, Москва);

Нередко присутствует вариант передачи денег родителям:

«Они же мне помогли» (М, 12 лет, Москва).

Европейских подростков больше заботят стратегические и личные/индивидуалистские цели:

«Куплю квартиру, получу образование... два» (М, 10 лет, EU)

Необходимо отметить, что и мальчики, и девочки, проживающие в Евросоюзе, говорят о том, что будут работать, даже при наличии избыточно большой суммы денег:

«Основала бы свою компанию ... зарабатывала бы еще больше» (Ж, 11 лет, EU).

С точки зрения участия в семейных покупках различий между целевыми группами по месту жительства не выявлено. Согласно одной из классификаций [13 с. 34], младшие находятся на первой (периферийный участник покупательского процесса) или второй ступени развития покупательского поведения (активный участник, но ограниченный другими людьми в принятии решений о покупке).

«Поручения не дают» (Ж, 11 лет, Москва)

«Родители сами все выбирают» (М, 10 лет, EU)

«В супермаркетах все время прошу новые виды йогуртов... за хорошие оценки могу выбрать в магазине футболку, рубашку» (Ж, 10 лет, EU).

Таким образом, стадия когнитивного развития ребенка (в значительной степени определяемая его биологическим возрастом, по Ж. Пиаже) и универсальные с учетом возраста ребенка нормы детско-родительского взаимодействия в большей степени предопределяют включенность подростка в семейные/родительские покупки, нежели пол или страна проживания.

С особенностями потребительской социализации и сформированным уровнем соответствующей компетентности тесно связана интерпретация понятия «реклама».

Одно из определений рекламы гласит, что это «распространяемая в любой форме информацию о лице, товарах, услугах или общественном движении, оплаченная рекламодателем с целью привлечения внимания к объекту рекламирования и увеличения сбыта» [14 с. 7]. Нас в этом определении больше всего интересует указание на информирующую и побуждающую функцию рекламы. Проведенные исследования показывают, что понимание рекламной коммуникации возрастает по мере взросления ребенка: младшие дети считают, что цель рекламы – развлечение зрителей или информирование, а более старшие высказывают к ней двойственное отношение и способны поставить себя на место рекламодателя. В то же время различия по полу не выявлены [5 с. 40-42].

В соответствие с этим полученные в интервью ответы на просьбу «Объясни мне, что такое реклама» тоже можно сгруппировать, скорее, по возрастным группам, чем по стране проживания или гендеру респондента. Представители младшей возрастной подгруппы чаще упоминают одну функцию рекламы – побуждающую:

«Видеоролики или листочки, которые используются для привлечения покупателей» (Ж, 11 лет, Москва)

«Рекламируют товар, чтобы его купили» (Ж, 11 лет, EU)

«Когда говорят: это приложение хорошее, скачай» (М, 11 лет, EU).

Необходимо отметить, что некоторые европейские респонденты 10–12 лет, определяя рекламу, совсем не упоминали ее функции, апеллируя либо к финансовым затратам на нее, либо к рекламным образам и рекламоносителям:

«Огромное количество денег, которые вбухиваются в ролик или плакат» (М, 11 лет, EU)

«Листочки в почте и в магазине, ролики на ТВ, плакаты на улице» (Ж, 11 лет, EU).

В младшей возрастной подгруппе эмоциональное отношение к рекламе преимущественно отрицательное или нейтральное:

«Она мне надоедает – возникает на самом интересном месте» (Ж, 11 лет, Москва)

«Нейтрально отношусь... Люди делают на этом деньги» (М, 12 лет, Москва)

«Я хотел бы подождать 30 секунд, а не смотреть рекламу» (М, 10 лет, EU).

Полученные нами данные частично согласуются с результатами американских исследований. С одной стороны, согласно последним, в возрасте 10–12 лет школьники признают, что в рекламе не всегда говорят правду, и высказывают скепсис по отношению к институту рекламы в целом [15 с. 33]. С другой стороны, по мнению некоторых авторов, у младших подростков (8–10 лет) отмечалось в основном позитивное отношение к рекламе [16 с. 3], тогда как в нашей младшей возрастной подгруппе оно негативно-нейтральное. Не становится оно позитивным и в старшей подгруппе наших респондентов (см. ниже).

Теперь обратимся к результатам исследования респондентов возрастной подгруппы 13–15 лет.

У старших подростков зафиксировано два отличия в объеме карманных денег: во-первых, в Европе школьники располагают бóльшими суммами:

«Мама дает 50 евро в месяц, папа – 100–150» (Ж, 15 лет, EU)

«Мама дает 5000 руб., их может хватить на месяц-два» (М, 14 лет).

На наш взгляд, это связано с разным уровнем благосостояния в России и Евросоюзе.

Во-вторых, в Европе у подростков больше способов обзавестись карманными деньгами: не только получить транши

от (пра)родителей, но и, например, сдать пластиковую тару в супермаркет на вторичную переработку:

«20 евро за 60 бутылок можно получить» (М, 13 лет, EU).

Располагая большей суммой «карманных» денег, закономерно, что школьники старшей возрастной подгруппы совершают более разнообразные покупки. Они могут купить алкоголь (опосредованно, через старших сверстников), новую книгу, велосипед; сходить в кафе, оплатить покупку одежды в интернете (картой родителей).

Аналогично, по сравнению с младшей подгруппой, значительно расширяется спектр повседневных трат. Иллюстрацией могут служить варианты последней покупки, которую совершил подросток – организация домашней вечеринки, поход в клуб, покупка одежды, заказ еды на дом, поездка на такси и т. п.

Старшие подростки хотели бы купить достаточно дорогие, но привычные вещи:

«Крутой компьютер, мобильник взамен потерянного» (М, 15 лет, EU)

«Велосипед» (М, 14 лет, EU)

«Планшет» (М, 14 лет, Москва)

В качестве «значительной» суммы денег для респондентов старшей подгруппы выступают от 20 млн руб. до 1 млн евро одноразово или 250–500 тыс. евро дохода в год. Следует отметить, что некоторые московские школьники называли суммы в долларах или евро.

Жители Евросоюза мечтают о покупках, требующих более значительных затрат:

«Собственная квартира, но это только мечта, не знаю, как подступиться» (Ж, 15 лет, EU)

«Коплю на (водительские) права» (М, 14 лет, EU).

Принятие решения о покупке в старшей возрастной подгруппе становится сложнее, например:

– увидел дома – протестировал с приятелями – купил;

или

– выбрал товар сам – самостоятельно нашел магазин, но деньги передал родителю, т. к. своей банковской карты нет – отец и брат помогли выбрать товар.

Собственные банковские карты есть лишь у некоторых представителей старшей возрастной подгруппы респондентов как Москве, так и в Европе. Это ещё одно отличие старшей подгруппы от младшей.

В получении необходимой суммы денег на покупку старшие подростки проявляют больше инициативы, среди прочего упоминая самостоятельную подработку:

«Пытался фрилансить» (М, 15 лет, Москва)

«Буду учиться и работать» (М, 15 лет, EU).

Способы распорядиться «значительной» суммой денег мы вновь анализировали по двум направлениям: тактические – стратегические и гедонистические – альтруистические. Старшие девочки и в Москве, и в Европе говорят преимущественно о тактических покупках:

«Купила бы одежду себе и сестре» (Ж, 14 лет, Москва).

«В Макдональдс пойду рядом с домом... Часы куплю наручные, мои сломались» (Ж, 13 лет, EU).

В то же время они готовы потратить часть денег на других людей, как близких, так и «дальних»:

«Часть отдам семье» (Ж, 15 лет, EU)

«Часть отдала бы на благотворительность» (Ж, 14 лет Москва).

Варианты сбережения «значительной» суммы денег у европейских и московских подростков существенно различаются. Старшие европейские мальчики-подростки, позитивно относятся к банкам и готовы пользоваться их услугами, в частности банковским депозитом. В то время как подростки-москвичи ни в коем случае не доверили бы свои сбережения банку:

«Остальное положу в банк... не буду играть на бирже» (М, 15 лет, EU)

«Остальное – в разные банки, чтобы, если один разорится, не разориться вместе с ним» (М, 14 лет, EU)

«Расплачусь с кредитами» (М, 13 лет, EU).

«Я им не доверяю... могут вернуть меньше, чем даешь» (Ж, 14 лет, Москва).

Старшие мальчишки-подростки независимо от страны проживания мыслят преимущественно стратегически, ориентируясь на признаки материального благополучия, как своего, так и родительской семьи:

«Куплю дом, машину... построю бассейн» (М, 15 лет, EU);

«Куплю дом себе и маме... новые машины всем куплю» (М, 14 лет, EU);

«Построю «умный дом», сделаю спортзал в подвале» (М, 13 лет, EU);

«Куплю квартиру себе и родителям» (Ж, 14 лет, Москва);

«Куплю участок, построю дом» (М, 15 лет, Москва).

Такие результаты можно связать с гендерными стереотипами и маскулинными чертами, соответствия которым ожидают от мужчин (и мальчиков) [17 с. 55–59]; с интериоризованной ими традиционной мужской ролью «кормильца» семьи.

У юношей-москвичей также присутствует стремление к гедонистическим, индивидуальным тратам денег «на себя»:

«На путешествия» (М, 15 лет, Москва)

«Путешествовать, наслаждаться жизнью» (М, 15 лет, Москва).

Представители старшей возрастной подгруппы подростков при осуществлении покупок проявляют больше самостоятельности, что, согласно некоторым авторам [13 с. 34], соответствует второму (активный участник покупательского процесса, ограниченный в принятии решений о покупке другими людьми) или третьему этапу потребительского развития (активный участник, играющий основную роль в процессе покупки). В первую очередь самостоятельность покупательского поведения распространяется на продукты питания для родительской семьи, а также одежду (у девушек) и цифровые/электронные гаджеты (у юношей), приобретаемые для личного пользования:

«Одежду выбираю сам, беру деньги у родителей и оплачиваю» (М, 15 лет, Москва)

«Иногда кредит оплачиваю» (М, 15 лет, Москва)

«С мамой часто одежду покупаем, помогаю разбирать сумки после Ашана» (М, 14 лет, Москва)

«Маме звоню, чтобы узнать, не надо ли что купить... с папой пишем разные списки продуктов, слишком разное едим... Одежду сама покупаю» (Ж, 15 лет, EU)

«Мама говорит, что купить в магазине, хожу и собираю продукты по списку» (М, 15 лет, EU)

«Редко бываю в магазинах с родителями... Часто прошу что-нибудь купить... Одежду сам иногда покупаю» (М, 15 лет, EU)

«Постоянно ездим в магазины вместе... Родители посылают купить продукты (хлеб, сыр)... Они отказываются покупать мне дорогие вещи, которые мне нужны (игровая мышка, кроссовки, игровой компьютер)» (М, 13 лет, EU).

Понимание сути рекламы с возрастом усложняется.

Подростки старшей возрастной подгруппы (юноши в большей степени) говорят о двух функциях рекламы – информировании и убеждении:

«Распространение информации с целью заинтересовать в каком-то продукте или услуге, чтобы люди старались узнать о нем побольше и, возможно, купить» (М, 15 лет, Москва)

«Торговый ход, чтобы продвигать свой продукт, повысить репутацию, популярность; чтобы заманивать людей» (М, 15 лет, Москва)

«Представляют товар для продажи так, чтобы ты купил» (М, 14 лет, EU)

«Реклама делается, чтобы привлечь внимание к продукту, заставить его купить» (Ж, 15 лет, EU).

Отношение к рекламе в старшей возрастной подгруппе подростков (как у москвичей, так и у европейцев) меняется с отрицательного на более нейтральное:

«Нейтрально отношусь, но реклама бывает навязчива, сбивает с мысли, отвлекает» (Ж, 14 лет, Москва)

«Некоторые рекламы нравятся, некоторые – нет. Всякие «подписывайтесь на меня» на каждом сайте надоедают» (М, 15 лет, Москва)

- «Отрицательно... Я расцениваю рекламу как информационный шум» (М, 15 лет, Москва)*
«Безразлично» (М, 15 лет, EU)
«Не люблю, рекламщики всегда приукрашают товар» (М, 14 лет, EU)
«Из рекламы можно узнать что-то новое» (М, 13 лет, EU)
«Когда играю в игры, я ее ненавижу» (Ж, 13 лет, EU)
«Реклама нервирует, т.к. крутят постоянно одно и то же, вбивают в голову» (Ж, 15 лет, EU).

Выводы и заключение

При анализе данных, полученных в качественном исследовании и описывающих особенности потребительской социализации подростков, вновь была показана эвристичность когнитивного подхода, дополняемого поведенческим и интерактивным.

В целом было отмечено, что с возрастом (от 10–12 к 13–15 годам) у подростков увеличивается количество карманных денег, расширяется спектр их трат, усложняется путь к покупке и участие в семейных покупках. Полученные данные косвенно подтверждаются данными количественных исследований маркетинговых агентств (НАФИ – «Дети и финансы», Comcon-2 – «Новое поколение»). В старшей возрастной группе возрастает спектр возможностей получения денег за счет подработки. Также с возрастом становится более адекватным понимание рекламы, а эмоциональное отношение к ней – менее негативным.

Гендерная специфика потребительской социализации заключается в том, что юноши старшей возрастной группы заявляют, что потратят гипотетическую большую сумму на стратегические покупки, нацеленные преимущественно на улучшение благосостояния родительской или своей будущей семьи. Это можно расценить как попытку соответствовать традиционному маскулинному стандарту поведения, которого ожидают от них. Кроме того, при совершении самостоятельных покупок девушки склонны начинать с одежды, а юноши – с техники.

С точки зрения культурной специфики выявлены следующие особенности: московские школьники высказывают

недоверие к банкам, не хотят хранить там деньги. У европейских школьников существует доверие банкам. Помимо этого, несмотря на гипотетическое получение «значительной» суммы денег, они выражают стремление продолжать работать, отвергая жизненный сценарий рантье. Наконец, важным уточнением с их стороны при определении «значительной» суммы денег является их (не) регулярность получения.

Отличительной чертой московских школьников в этой ситуации является проведение расчетов в долларах или евро.

Отметим, что полученные качественные данные носят «разведывательный» характер и нуждаются в дальнейшем уточнении, в том числе с использованием количественной методологии.

Литература

1. Образовательные программы для населения. URL: https://www.minfin.ru/ru/om/fingram/directions/pr_ograms (дата обращения 05.01.2018).
2. Солодников В.В., Солодникова Н.В. Изучение потребительской социализации детей: обзор зарубежного опыта // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2018. № 2 (12). С. 43–64.
3. Roedder John D. Consumer Socialization of Children: A Retro-spective Look at 25 Years of Research // Journal of Consumer Research. 1999. Vol. 26 (3). P. 183–213.
4. Пиаже Ж. Избранные психологические труды. Пер. с фр. М.: Просвещение, 1969. 659 с.
5. Chan K., McNeal J.U. Chinese Children's Understanding of Commercial Communications: A Comparison of Cognitive Development and Social Learning Models // Journal of Economic Psychology. 2006. Vol. 27. P. 36–56.
6. Russel R., Tyler M. Branding and Bricolage: Gender, Consumption and Transition // Childhood. 2005. Vol. 12 (2). P. 221–237.
7. Yang Z., Kim C., Laroche M., Lee H. Parental Style and Consumer Socialization among Adolescents: A Cross-cultural Investigation // Journal of Business Research. 2014. Vol. 67. P. 228–236.

8. *Rose G.M., Dalakas V., Kropp F.* A Five-nation Study of Developmental Timetables, Reciprocal Communication and Consumer Socialization // *Journal of Business Research*. 2002. Vol. 55. P. 943–949.
9. How much pocket money do you get? URL: <https://www.statista.com/statistics/862705/amount-of-pocket-money-received-by-children-in-the-netherlands-by-grade/> Дата обращения 05.01.2019.
10. On what do you spend your pocket money? URL: <https://www.statista.com/statistics/862713/pocket-money-spending-by-children-in-the-netherlands/> Дата обращения 05.01.2019.
11. Pocket money weekly average in the United Kingdom (UK) between 2000 and 2017 (in GBP) URL: <https://www.statista.com/statistics/328772/average-amount-of-weekly-pocket-money-in-the-united-kingdom-uk/> Дата обращения 05.01.2019.
12. *Tahichon P.* Consumer Socialization Process: the Role of Age in Children's Online Shopping Behavior // *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2017. Vol. 34. P. 38–47.
13. *De la Ville V-I., Tartas V.* Developing as consumers. In: *Understanding Children as Consumers* / Ed. by D. Marshall. L.: SAGE Publ. Inc., 2010. P. 23–40.
14. Основы рекламы: учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. М.: Наука, 2005. 281 с.
15. *Moore E.S., Lutz R.J.* Children, Advertising, and a Product Experiences: a Multimethod Inquiry. *Journal of Consumer Research*, Vol. 27. June 2000. P. 31–47.
16. *Ali A., Batra D.K., Ravichandran N., Mustafa Z., Rehman S.U.* Consumer Socialization of Children: Conceptual Framework. *International Journal of Scientific and Research Publications*. Vol. 2 (1). January 2012. P. 1–5.
17. *Клецина И.С.* Гендерная социализация. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. 92 с.

References

1. Obrazovatel'nye programmy dlya naseleniya. [Educational programs for population. (In Russ.)] URL: https://www.minfin.ru/ru/om/fingram/directions/pr_ograms Data obrashcheniya [Date of access] 05.01.2018.

2. Solodnikov VV., Solodnikova NV. Izuchenie potrebitel'skoj socializacii detej: obzor zarubezhnogo opyta [Investigation consumer socialization of children: review of foreign know-how. (In Russ.)] IN // Vestnik RGGU. Seriya "Filosofiya. Sociologiya. Iskustvovedenie" [RSUH/RGGU Bulletin. Series "Philosophy. Sociology. Study of art." (In Russ.)], 2018, no 2 (12). pp. 43–64.
3. Roedder John D. Consumer Socialization of Children: A Retro-spective Look at 25 Years of Research // Journal of Consumer Research. 1999. Vol. 26 (3). P. 183–213.
4. Piaget J. Izbrannye psihologicheskie trudy. [Selected psychological writings. (In Russ.)] Per. s fr. [Tr. From fr. (In Russ.)]. Moscow, Prosveshchenie publ., 1969, p. 659.
5. Chan K., McNeal JU. Chinese Children's Understanding of Commercial Communications: A Comparison of Cognitive Development and Social Learning Models // Journal of Economic Psychology. 2006. Vol. 27. P. 36-56.
6. Russel R., Tyler M. Branding and Bricolage: Gender, Consumption and Transition // Childhood. 2005. Vol. 12 (2). P. 221-37.
7. Yang Z., Kim C., Laroche M., Lee H. Parental Style and Consumer Socialization among Adolescents: A Cross-cultural Investigation // Journal of Business Research. 2014. Vol. 67. P. 228-36.
8. Rose GM., Dalakas V., Kropp F. A Five-nation Study of Developmental Timetables, Reciprocal Communication and Consumer Socialization // Journal of Business Research. 2002. Vol. 55. P. 943-49.
9. How much pocket money do you get? URL: <https://www.statista.com/statistics/862705/amount-of-pocket-money-received-by-children-in-the-netherlands-by-grade/> Дата обращения 05.01.2019.
10. On what do you spend your pocket money? URL: <https://www.statista.com/statistics/862713/pocket-money-spending-by-children-in-the-netherlands/> Дата обращения 05.01.2019.
11. Pocket money weekly average in the United Kingdom (UK) between 2000 and 2017 (in GBP) URL: <https://www.statista.com/statistics/328772/average-amount-of-weekly-pocket-money-in-the-united-kingdom-uk/> Дата обращения 05.01.2019.
12. Tahichon P. Consumer Socialization Process: the Role of Age in Children's Online Shopping Behavior // Journal of Retailing and Consumer Services. 2017. Vol. 34. P. 38-47.

13. De la Ville V-I., Tartas V. Developing as consumers. In: Understanding Children as Consumers / Ed. by D. Marshall. L.: SAGE Publ. Inc., 2010. P. 23-40.
14. Osnovy reklamy: uchebnik [Principals of advertising: textbook. (In Russ.)] / YUS. Bernadskaya, SS. Marochkina, LF. Smotrova. Pod red. L.M. Dmitrieva. Moscow, Nauka publ., 2005, p. 281.
15. Moore ES., Lutz RJ. Children, Advertising, and a Product Experiences: a Multimethod Inquiry. Journal of Consumer Research, Vol. 27. June 2000. P. 31-47.
16. Ali A., Batra DK., Ravichandran N., Mustafa Z., Rehman SU. Consumer Socialization of Children: Conceptual Framework. International Journal of Scientific and Research Publications. Vol. 2 (1). January 2012 . P. 1-5.
17. Klecina IS. Gendernaya socializaciya. [Gender socialization. (In Russ.)]. Sanktpetersberg, Izdatel'stvo RGPU im. A.I. Gercena publ., 1998. P. 92.

Информация об авторах

Ирина В. Солодникова, доктор социологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; 14a20ivs@mail.ru

Надежда В. Солодникова, аспирант, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия Москва, Миусская пл., д. 6; nadia.v.solodnikova@yandex.ru

Information about the authors

Irina V. Solodnikova, Doctor in Sociology, associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya sq., Moscow, Russia, 125993; 14a20ivs@mail.ru

Nadezhda V. Solodnikova, post-graduate student, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya sq., Moscow, Russia, 125993; nadia.v.solodnikova@yandex.ru

Особенности личностной и лингвистической идентичности у представителей современной молодежи

Ольга В. Гребенникова

*Психологический институт Российской академии образования,
Москва, Россия, grebennikova577@mail.ru*

Наталья И. Юрченко

*Психологический институт Российской академии образования,
Москва, Россия, yurchenko_natalya@icloud.com*

Аннотация. В статье рассматривается проблема становления личностной и лингвистической идентичности у представителей современной молодежи, преимущественно студентов различных вузов г. Москвы, в транзитивном, мультикультурном обществе наших дней. Данные эмпирического исследования личностной и лингвистической идентичности у современной молодежи (n=160) показали, что личностная идентичность характеризуется высоким уровнем дифференцированности идентичности, преобладанием объективных характеристик над субъективными и положительными самоописаниями. Лингвистическая идентичность молодого поколения зависит от территории проживания: так студенты, проживающие в городе, населенном представителями разных культур, и взаимодействующие с этими культурами, легче социализируются в мультикультурном обществе. Детальный анализ отношения респондентов к родному и иностранным языкам, культуре показал, что для всех групп студентов как лингвистических специальностей, так и не-

лингвистических, характерно положительное отношение к родному и иностранному языкам.

Ключевые слова: идентичность, личностная идентичность, лингвистическая идентичность, молодежь, транзитивность, мультикультурное общество

Для цитирования: Гребенникова О.В., Юрченко Н.И. Особенности личностной и лингвистической идентичности у представителей современной молодежи // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. № 1. С. 83-104. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-83-104

Features of personal and linguistic identity of modern youth

Olga V. Grebennikova

*Russian Academy of Sciences Psychological Institute,
Moscow, Russia, grebennikova577@mail.ru*

Natalya I. Yurchenko

*Russian Academy of Sciences Psychological Institute,
Moscow, Russia, yurchenko_natalya@icloud.com*

Abstract. The problem of formation of personal and linguistic identity among the representatives of modern youth, mainly students of various Universities of Moscow, in the modern transitive, multicultural society is considered. The data of empirical research of personal and linguistic identity in modern youth (n=160) showed that personal identity is characterized by a high level of differentiation of identity, the predominance of objective

characteristics over subjective and positive self-descriptions. Linguistic identity of modern youth depends on the territory of residence, so for students that live in a city inhabited by representatives of different cultures, and that interact with these cultures, it is easier to socialize in a multicultural society. A detailed analysis of the respondents' attitude toward their native and foreign languages and culture showed that all groups of students, both linguistic and non-linguistic, have a positive attitude toward their native and foreign languages.

Keywords: identity, personal identity, linguistic identity, youth, transitivity, multicultural society

For citation: Grebennikova OV., Yurchenko NI. Features of personal and linguistic identity of modern youth. RSUH/RGGU Bulletin. "Psychology. Pedagogics. Education" Series. 2019; 1:83-104. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-83-104

Введение

Процесс социализации молодежи, становление ее личностной и лингвистической идентичности происходит в современном обществе, характеризующемся как транзитивное и мультикультурное. К тому же все эти процессы протекают в эпоху постмодернизма, а в некоторых обществах – крайнего релятивизма – и сопровождаются феноменом информационной социализации.

Конструирование собственной идентичности и творчество социальной среды выступают новым социокультурным механизмом овладения неопределенностью. Одну из ведущих ролей начинает играть мотивации достижения (стремление к рефлексивной, когнитивной и креативной сложности); данной тенденции и направлению соответствуют как движения социального активизма и волонтерские инициативы, так и интеллектуальные течения (культурно- историческая эпистемология; эпистемология сложности и антропологический поворот).

Консервативной структурой является сама система образования, в пространстве которого находится современная молодежь, поддерживающая развитие идентичности в направлении утратившего актуальность индустриального типа общества, подобная система не только не справляется с поставленной задачей консервации общества, но утрачивает способности влиять на социализацию новых поколений и только создает социальную напряженность.

По мнению Т.Д. Марцинковской, социальная транзитивность характеризуется не только множественностью, то есть одновременным существованием нескольких вариантов социального мира в одном временном и пространственном континууме, но и постоянным изменением этих вариантов в непредсказуемом направлении и с неопределенным содержанием. Таким образом, можно говорить о транзитивности как множественности, изменчивости и неопределенности макро- и микро-социальных пространств. Множественность в данном случае связана, в первую очередь, с расширением мультикультурного пространства социализации.

В настоящее время в условиях транзитивности общества для молодежи складывается полярная ситуация: широкий выбор возможностей, с одной стороны, и высокая вероятность возникновения различных трудностей при самоопределении, с другой стороны. Помимо одновременного существования многообразия вариантов социальной действительности, эти варианты имеют свойство постоянно изменяться в неопределенном направлении и с непредсказуемым содержанием.

Одной из наиболее важных характеристик для психологии является глобализация, так как ее следствием становится взаимодействие между индивидами различных культур, что приводит к необходимости формирования у человека терпимого отношения к мультикультурному контексту. Влияние глобализации сказывается не только на экономике, финансах и по-

литике, но затрагивают все аспекты общественного взаимодействия различных культур - от совместных научных исследований и обмена технологиями до смешанных браков. Эти процессы оказывают значительное влияние и на восприятие индивидами окружающего пространства, которое начинает представляться как свернутое, а сам земной шар - как небольшая планета, где расстояния совсем не такие масштабные, как считалось в былые исторические периоды.

Как справедливо отмечает автор (Т.Д.Марцинковская), если в предшествующие века пространство и время казались людям бесконечными, то наши современники ощущают кратковременность и ограниченность жизни наряду с ранее недоступной возможностью скоростного перемещения в пространстве. Это выводит ценность жизни на другой уровень и создает необходимость принятия факта существования других людей и других культур. Увеличение масштаба миграции также вынуждает индивидов к межличностному взаимодействию несмотря на их принадлежность к разным, а порой и совершенно различным культурам. Поэтому важное значение, на наш взгляд, приобретает анализ причин дезадаптации индивидов к новым условиям жизни, пассивное отторжение или неприятие тех традиций, той культуры, которые выступают значимыми для нового социального окружения [1].

Таким образом, глобализация и массовые миграционные процессы увеличивают культурную, лингвистическую, социальную множественность, что еще больше усиливает изменчивость, казалось бы, привычного окружения.

А.В. Юревич указывает, что объективные сложности и психологическое напряжение кроются не только и не столько в самой множественности и неопределенности, но, главным образом, в отношении к ним людей, которые с опасениями и тревогой ожидают всё больших изменений. Мультикультурность окружения вызывает как напряженность, так и тревогу,

и агрессию, активное и пассивное неприятие нового и не всегда понятного [2]. Именно толерантность к изменчивости и неопределенности является одним из важнейших факторов, снижающих напряженность и трудности ситуации транзитивности [3].

Расширение межгрупповых и межличностных контактов приводит к тому, что люди узнают об иных культурах, усваивают незнакомые языки и обретают новые ценности, что, безусловно, помогает социализации в транзитивном мультикультурном пространстве [4].

В настоящее время проблема социализации и идентичности является одной из наиболее актуальных и исследуемых в психологической науке. Это связано с изменившимся пространством, глобально преобразовавшим окружающий мир и, в не меньшей степени, внутренний мир человека. Вопрос о новых формах социализации и критериях социализированности, новых тенденциях в развитии идентичности очень тесно связан и с тем, что современный мир является транзитивным, то есть изменчивым и неопределенным. Такой мир ставит перед людьми неизвестные ранее задачи и проблемы и требует постоянного изменения не только ситуации, но и представления о себе, о своих отношениях с окружающими, своем месте в разных группах.

Ситуация социальной транзитивности является платформой для формирования многообразных вариантов устойчивых субкультур, в которых соединяются индивидуализация и социализация, создаются условия для возникновения и реализации нового баланса идентичностей. При большом спектре возможностей выбора группы идентичности, доминирует именно персональная (личностная), а не социальная составляющая.

У индивида появляется возможность сформировать на основе собственных представлений о соответствующей и значимой для его индивидуальности группу, где социальная идентичность почти тождественна личностной. Значительно возрастает

тает и роль самомониторинга, что дает возможность индивиду не только для самокатегоризации, но и для самопредъявления, трансляции как реальных, так и ложных качеств, наличие которых доказывается не в реальном информационном обмене, но в рассказе о себе [1].

В настоящее время актуален феномен нарративной идентичности, проявляющийся в том, что в межличностных связях увеличивается доля рассказов о себе, по сравнению с трансляцией себя в действии, в частности и в групповом [5]. Наглядно отражается этот факт в игре идентичностей (на примере сетевых сообществ), когда есть возможность попробовать себя в разных ролях под разными масками).

В ситуации неопределенности и изменений целостность идентичности связывается с культурой, а не с преемственностью жизненных циклов, а сама идентичность имеет следующие особенности:

- снижение доли лингвистической и гражданской идентичности и увеличение ролевой составляющей.
- При этом тенденция самовосприятия и оценки себя с позиции соответствия-несоответствия предполагаемым социальным ролям в больших массовых группах прослеживается для всех возрастных групп респондентов, и особенно ярко – у старших подростков;
- возрастание роли этнической идентичности, в которой доминирует не культурная и лингвистическая, а национальная составляющая;
 - позитивное отношение к своей культуре и языку гармонично сочетается с положительным отношением к чужой культуре и иностранным (преобладает английский) языкам;
 - в структуре идентичности юношества и подростков язык занимает незначительную часть, но отмечается ярко выраженное отношение к языку (русскому и иностранному, преимущественно английскому) как способу реализации планов на будущее и расширения круга общения [3].

Методы исследования

Целью нашего эмпирического исследования стало изучение особенностей личностной и лингвистической идентичности у представителей современной молодежи.

Методика «Кто я?», автор методики: М.Кун, Т. МакПарленд. Модификация, критерии анализа: Т.В. Костяк [6]; анкета «Отношение к языкам», методика «Отношение к родному и иностранному языкам», автор: Т.Д. Марцинковская [7].

Выборка исследования

В исследовании приняло участие 160 человек ($n=160$), из них 70 человек в возрасте 19-21 года, обучающихся в МГУ, МАИ, МЭИ г. Москвы и 4 группы студентов разных возрастов. *Первая группа* – студенты, получающие второе высшее образование на факультете теории и методики преподавания иностранных языков и культур Московского педагогического государственного университета в возрасте от 30 лет, проживающие в Москве (20 человек). *Вторая группа* – студенты-бакалавры, обучающиеся на факультете филологии и журналистики Оренбургского государственного университета в возрасте от 18 до 22 лет и проживающие в Оренбурге (20 человек). *Третья группа* – студенты в возрасте от 27 лет, ранее получившие педагогическое образование и сейчас обучающиеся на факультете дополнительного образования Московского государственного областного университета, проживающие в Москве (25 человек). *Четвёртая группа* – студенты-бакалавры, обучающиеся на факультете психологии Московского государственного областного университета в возрасте от 18 до 21 года, проживающие в Москве (25 человек). Первая и вторая группа – это студенты, обучающиеся на лингвистической специальности. Третья и четвёртая группы – это студенты, не являющиеся лингвистами.

Все респонденты были осведомлены о целях эксперимента и дали свое согласие на участие в исследовании.

Анализ и обсуждение результатов

В ходе эмпирического исследования мы получили следующие результаты.

Качественный анализ данных методики «Кто я?» позволил нам дифференцировать самоописания современной молодежи, определить структуру идентичности (степень дифференцированности и сформированности идентичности, ее доминирующие компоненты, количественный анализ), а также содержание идентичности (личностная и социальная составляющие).

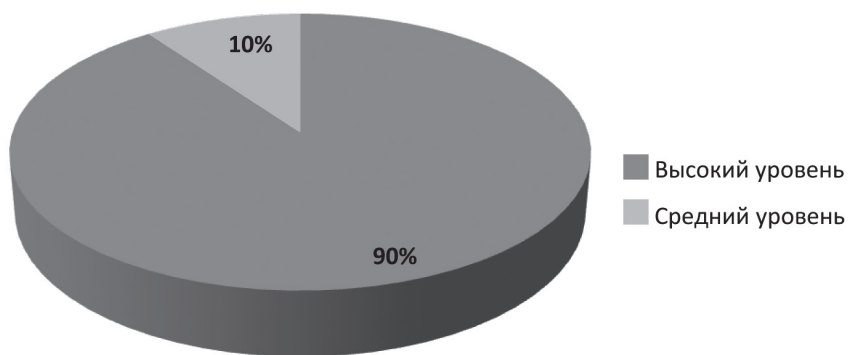


Рис. 1. Уровень дифференцированности идентичности у современной молодежи

Анализ структуры идентичности показал, что у большинства представителей молодежи среднее количество самоопределений составляет около 17 характеристик, что свидетельствует о высоком уровне дифференцированности идентичности.

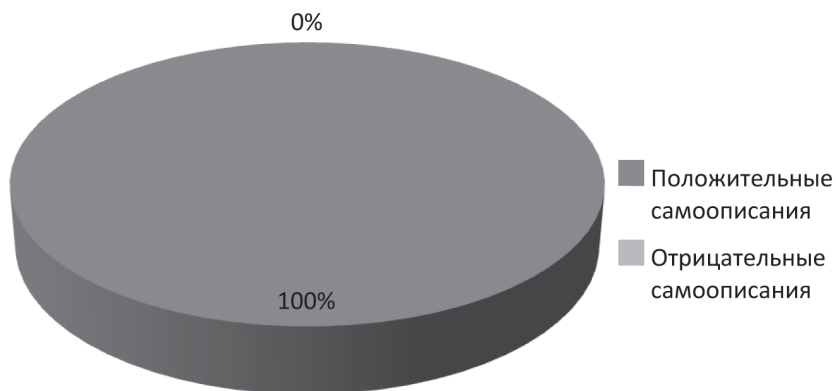


Рис. 2. Характер отношения к себе у современной молодежи

Анализ характера отношения к себе показал, что все представители молодежи, участвовавшие в исследовании, имеют положительные самоописания. Чаще всего встречаются самоописания социальной направленности (дочь/сын, сестра, брат, студент МГУ, друг и т.д.). Так же часто встречаются параметры личностного плана (личность, индивидуальность, упоминание имени). Иными словами, первоначально молодежь идентифицирует себя по объективным характеристикам, определяемым социальным статусом и группой. Затем используются категории субъективного плана для самокатегоризации, то есть оцен-

ки себя и личностных качеств, интересов, увлечений, желаний и т.п. (например, умная, добрая, красивая, гитарист, лыжник, танцовщица и т.д.). Доминирующими для молодежи являются объективные характеристики.

Качественный анализ компонентов идентичности позволил определить содержательные характеристики идентичности личности.

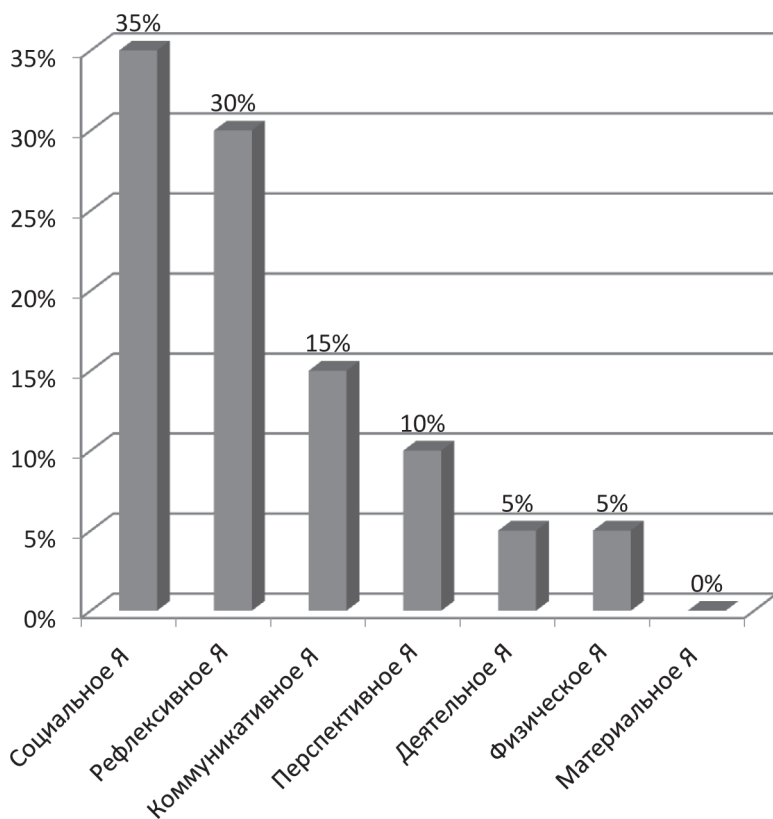


Рис. 3. Компоненты идентичности у современной молодежи

Данные на рис. 3. свидетельствуют о том, что 35% само-описаний у представителей молодежи указывают на социальную принадлежность к какой-либо группе («студент», «сын», «дочь», «девушка», «гражданин РФ», «россиянин»).

Преобладающее количество ответов опрашиваемых можно отнести к рефлексивному компоненту (персональные характеристики, личностные качества, особенности характера и т.д.). В данной категории встречались такие самоописания, как «любопытная», «общительный», «эмоциональная», «холерик», «интроверт», «скорпион», «лучшая», «масечка».

Следующие категории самоописаний, встречающиеся в данной выборке, – коммуникативное Я и перспективное Я. Среди самоописаний коммуникативного характера лидирующую позицию занимает самописание «друг» и «подруга»; среди самоописаний перспективного характера чаще всего можно увидеть ответы профессиональной направленности: «будущий микробиолог», «будущий IT-специалист», «будущий инженер». Помимо профессиональной перспективы представлена и семейная направленность: например, «будущая мама двоих детей».

Следующую по частоте применения позицию у представителей современной молодежи занимают самоописания, фиксирующие деятельностную направленность (занятия, деятельность, интересы, увлечения, самооценка способности к деятельности, самооценка навыков, умений, знаний, компетенции, достижений). Среди ответов встречаются следующие описания: «хорошо плаваю», «трудоспособный», «занимаюсь дизайном одежды», «умный» и другие.

В меньшей степени молодежь опирается в своих самоописаниях на физическое Я (внешние данные, физические данные, пристрастия в еде, вредные привычки) - «красивая», «высокий», «стройная», «любитель пиццы»).

Самыми непопулярными в данной выборке самоописаниями являются материальные характеристики (описание собственности, оценка обеспеченности, отношение к внешней среде). Следует отметить, что у наших испытуемых данная категория отсутствует.

Показатели «Рефлексивное Я», «Коммуникативное Я», «Перспективное Я» «Деятельностное Я», «Физическое Я» относятся к индивидуальным характеристикам личности. Отсюда следует, что у молодых людей в нашей выборке ярко выражена индивидуальность, что свидетельствует о высоком развитии личностной идентичности, в свою очередь способствующей позитивной социализации.

Предполагается, что люди, расширяя свои представления о мире, знания о других языках, культурах, обычаях и традициях, вырабатывают положительное отношение к другим языкам и народностям и тем самым уменьшают этноцентризм. Результаты проведенной нами анкеты «Отношение к языкам» показали, что в исследовании принимали участие представители современной молодежи, чей родной язык - русский. Некоторые респонденты (9%) отмечали в качестве родного языка не только русский, но и татарский, казахский, молдавский, болгарский, украинский. Все респонденты заявили, что думают на русском языке. Около 30% респондентов (1 и 2 группы) обозначили, что иногда мыслят на английском. Стоит отметить, что нет ни одного респондента, чьим родным языком был английский, для всех это иностранный язык. Двое респондентов указали литовский и казахский языки, которые для них являются родными.

Данные исследования демонстрируют, что представители всех групп относятся к родному языку положительно. Многие студенты (85%) поставили самый высокий балл по шкале от -10 до +10 (таблица 1).

Таблица 1

Особенности отношения представителей молодежи
к родному и иностранному языкам

Параметры (баллы)	1 группа	2 группа	3 группа	4 группа
Отношение к родному языку	11	11,6	11,1	10,9
Отношение к иностранному языку	11,1	11,5	7,6	8,3
Лингвистическая идентичность	6	12,4	3,1	4,8
Социализационный потенциал	37,4	34,8	34,9	35,2

Респонденты всех четырёх групп, как видно из таблицы 1, относятся к иностранному языку также положительно. Это подтверждается тем, что около 70% студентов выбрали наивысший балл. Важно отметить, что респонденты и первой, и второй групп почти одинаково хорошо относятся и к родному, и иностранному языкам (у 1 группы: отношение к родному – 11, к иностранному – 11,1; у 2 группы: отношение к родному – 11,6, к иностранному – 11,5).

Все группы респондентов отмечают уровень своего владения русским языком как близкий к максимальному баллу, а знание иностранного языка, на их взгляд, находится у них на более низком уровне, в сравнении с их родным языком. Так студенты 1 и 2 групп оценивают свои знания в среднем на 7 баллов из 10, а студенты 3 и 4 групп в среднем на 4 балла из 10. При этом все студенты единодушно считают, что изучение иностранных языков оказывает огромное влияние на расширение кругозора и способствует развитию интеллекта человека. Члены 1 и 2 групп давали почти единогласные ответы относительно планов связать свою будущую жизнь с английским языком, культурой изучаемого языка. Стоит отметить, что студенты всех четырёх групп (чаще всего именно 1 и 3) в будущем представляли своих детей, взаимодействующими на иностранном языке. Вероятно,

это связано с тем, что именно эти две группы респондентов (1 и 3) старше по возрасту, скорее всего, имеют детей, в связи с чем у них более развиты представления о будущем. Нам представляется важным акцентировать внимание на ответах на вопрос: достаточно ли для гармоничного общения и профессионального роста владеть лишь русским языком. Студенты младшего поколения (2 и 4 группы) в большей степени придерживаются мнения, что в современном мире русский язык не является достаточным, они отмечают, что английский язык необходим для установления коммуникации. При этом среди молодёжи более взрослого возраста (1 и 3 группы) 17% полагают, что им не требуется знание нескольких языков, а достаточно одного. Стоит подчеркнуть, именно данные респонденты уже являются профессионалами в каких-то других областях и в работе у них нет необходимости владеть английским языком или каким-либо другим иностранным.

Примечателен факт, что у студентов-лингвистов (1 и 2 группы) по сравнению со студентами нелингвистических специальностей (3 и 4 группы) в большей степени отмечается наличие языковой идентичности. Вероятно, причина кроется в отсутствии потребности знать иностранный язык у вторых, а у первых иностранный язык выступает в качестве их будущей профессиональной деятельности, с которой они себя отождествляют. Следует подчеркнуть, что числовое значение лингвистической идентификации также сильно отличается у 1 и 2 групп (1 группа – 6; 2 группа – 12,4). Очевидно, это связано с тем, что студенты 1 группы взаимодействовали с носителями изучаемого языка в меньшей степени.

В отличие от студентов-бакалавров, которые в большинстве своем были за границей, лично сталкивались с культурой страны и языка, который они изучают, и, конечно, имели опыт презентации своей культуры и языка иностранным гражданам. Это, полагаем, стало и становится важным аспектом роста языковой идентичности. Думается, стоит отметить возраст и наличие/отсутствие другого (нелингвистического) образования,

а именно: студенты 1 группы уже состоялись в иной, ранее полученной профессии, и являются представителями другой (более старшей) возрастной группы; студенты же 2 группы получают свою первую профессию и являются представителями более младшего поколения.

Данные таблицы 1. констатируют, что уровень социализационного потенциала всех групп наших молодых испытуемых довольно высок. Вероятно, у респондентов 1 и 2 групп это связано с изучением иностранного языка в качестве профессиональной деятельности, а также с наличием определённого багажа знаний, навыков и умений. Кроме того, 1 группа респондентов – жители Москвы, как и студенты 3 и 4 групп, у которых тоже прослеживается высокий социализационный потенциал. Незначительно отличающийся от других групп максимальный балл принадлежит студентам 1 группы, социализации которых, скорее всего, способствует и изучение иностранного языка и чужой культуры, и условия большого города.

Согласно анкете, 88% молодых девушек и юношей из 1 и 2 групп считают, что осознать свою культурную и национальную принадлежность помогают оба языка: и родной, и иностранный. Примечательно, что данные респонденты единогласно полагают, что дети должны знать языки обоих родителей, если они являются представителями разных культур и носителями разных языков. Знание языка, по мнению всех опрошенных студентов этих групп, – это один из важных аспектов культурной и национальной принадлежности. Стоит отметить, что только 47% представителей молодёжи двух последних групп поддерживают данное утверждение.

Изучению языка, как отмечают 90% студентов первых двух групп, в большей степени помогают мотивация лично каждого человека и использование языка как средства презентации своей народности. Почти все (исключение – 3 человека) констатируют, что при изучении языка лучший мотиватор – желание употреблять язык, общаясь с родственниками, друзьями, знако-

мыми. Среди молодёжи двух последних групп 34% указали, что они не имеют потребности для изучения иностранного языка.

Следует отметить, что желание совершенствовать знание русского языка у юношей и девушек первых двух групп на данный момент уменьшается, а потребность совершенствовать иностранный язык – возрастает. При этом представители этих обеих групп респондентов указывают на необходимость в будущем равнозначно хорошо владеть и родным, и иностранным языками. Среди респондентов 3 и 4 групп 42% отмечают потребность в совершенствовании своих знаний, умений и навыков в английском языке.

Следовательно, можно заключить, что лингвистическая идентичность у 1 и 2 групп молодёжи проявляется в большей мере, чем у 3 и 4, что, скорее всего, является следствием изучения ими английского языка в качестве будущей профессии и содействует актуализации своей собственной лингвистической идентичности.

Итак, студенты-лингвисты первых двух групп идентично положительно относятся и к своему, и к чужому языкам, отмечают высокую необходимость знать и родной язык, и иностранный, который, по их мнению, необходим для налаживания дружественных связей с представителями других культур и носителями других языков. Молодые люди последних двух групп также дают положительную оценку своему языку, однако иностранный язык, в сравнении с респондентами 1 и 2 групп, оценивается ими не столь положительно. Это может быть связано с контактированием студентов этих двух групп, в большей степени, с представителями их родной культуры и носителями их родного языка, что не подразумевает необходимость владения иностранным языком. Однако, как показывает исследование, число положительных оценок невелико. Полагаем, причина состоит в том, что данные респонденты проживают в большом городе, одной из характеристик которого является поликультур-

турность, и респонденты иногда имеют возможность взаимодействовать с иностранными гражданами.

Необходимо отметить, что лингвистическая идентичность второй группы молодёжи наиболее высокая. Возможно, причина кроется в том, что вторая группа юношей и девушек занимается изучением иностранного языка как специальности, первой и пока единственной, поэтому они идентифицируют себя с неродным языком в большей мере. Первая же группа респондентов получила ранее другую специальность, некоторые ее члены уже работают по данной специальности, которая никак не связана с языковой деятельностью. Две остальные группы молодёжи также не уделяют много внимания иностранному языку.

Подробный анализ отношения представителей современной молодежи к родному и иностранным языкам и культуре показал, что все группы студентов как лингвистических специальностей, так и нелингвистических положительно оценивают оба языка. Интересным является факт, что у молодежи без лингвистического образования отношение к иностранным языкам выражено в более низких баллах (7,6; 8,3), чем у студентов-лингвистов (11,1; 11,5). Это служит подтверждением, что знание иностранных языков и культур, определённо, оказывает положительное влияние на восприятие родного и иностранного языков.

Выводы

1. Личностная идентичность представителей современной молодежи, принимавших участие в наших исследованиях, обусловлена высоким уровнем дифференцированности идентичности, преобладанием объективных характеристик над субъективными и положительными самоописаниями.
2. Лингвистическая идентичность современной молодежи зависит от территории проживания (малый или большой город) и, конечно, от владения иностранными языками,

а также от знакомства с культурой стран изучаемого языка, что в нашем случае осуществляется посредством получения лингвистического образования. Студенты, проживающие в городе, населенном представителями разных культур, и взаимодействующие с этими культурами, легче социализируются в мультикультурном обществе.

3. На становление лингвистической идентичности молодежи огромное влияние оказывает изучение иностранных языков для будущей профессиональной деятельности, то есть при владении большим количеством языков и багажом знаний о культурах стран изучаемых языков, у представителей современной молодежи проще и быстрее идет процесс этнокультурной социализации в обществе, где «господствует» огромное множество культур. Современная молодежь положительно относится и к родному, и к иностранному языкам.

Благодарность

Статья выполнена в рамках гранта Российского фонда фундаментальных исследований, грант № 17-06-0007-ОГН\18.

Acknowledgment

This work was supported by the Russian Foundation for Basic Research, project 17-06-00077-ОГН\18.

Литература

1. *Марцинковская Т.Д.* Культура и субкультура в пространстве психологического хронотопа. М.: Смысл, 2017. 271 с.
2. *Юревич А.В.* Проявления агрессивности в современном российском обществе как психологическая проблема // Психологический журнал. 2014. № 3. С. 68-77.
3. *Марцинковская Т.Д., Юрченко Н.И.* Проблема совладания в транзитивном обществе // Психологические исследования. 2016. Том 9. Вып. 49. С. 9. [Электронный ресурс]. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 24.08. 2016).

4. *Гавриченко О.В., Марцинковская Т.Д.* Культура как образующая идентичности // Психологические исследования. 2017. Том 10. Вып. 54. С. 11. [Электронный ресурс]. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 16.04. 2017).
5. *Марцинковская Т.Д., Турушева Ю.Б.* Нарратив как методология исследования личности в ситуации транзитивности // Психологические исследования. 2017. Том 10. Вып. 52. С. 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 10.11. 2016).
6. Социализация детей и подростков. Методический комплекс. М.: МПГУ, 2009. 108 с.
7. Идентичность и социализация в современном мире / Под ред. Т.Д. Марцинковской. М.: МПГУ, 2015. 112 с.

References

1. Martsinkovskaya TD. Kul'tura i subkul'tura v prostranstve psikhologicheskogo khronotopa [Culture and subculture in the space of psychological chronotope (In Russ.)]. Moscow, Smysl publ., 2017, p. 271.
2. Yurevich AV. Proyavleniya agressivnosti v sovremennom rossiiskom obshchestve kak psikhologicheskaya problema [Manifestations of aggressiveness in modern Russian society as a psychological problem (In Russ.)]. IN: Psikhologicheskii zhurnal [Psychological journal (In Russ.)], 2014, no. 3, pp. 68-77.
3. Martsinkovskaya TD., Yurchenko NI. Problema sovladaniya v tranzitivnom obshchestve [The problem of coping in a transitive society (In Russ.)]. IN: Psikhologicheskie issledovaniya [Psychological studies (In Russ.)], 2016, no. 9(49), p. 9. URL: <http://psystudy.ru> (data obrashcheniya: 24.08. 2016).
4. Gavrichenko OV., Martsinkovskaya TD. Kul'tura kak obrazuyushchaya identichnosti [Culture as forming identity (In Russ.)]. IN: Psikhologicheskie issledovaniya [Psychological studies (In Russ.)], 2017, no. 10(54), p. 11. URL: <http://psystudy.ru> (data obrashcheniya: 16.04. 2017).

5. Martsinkovskaya TD., Turusheva YB. Narrativ kak metodologiya issledovaniya lichnosti v situatsii tranzitivnosti [Narrative as a methodology for studying personality in the situation of transitivity (In Russ.)]. IN: Psikhologicheskie issledovaniya [Psychological studies (In Russ.)], 2017, no. 10(52), p. 2. URL: <http://psystudy.ru> (data obrashcheniya: 10.11. 2016).
6. Sotsializatsiya detei i podrostkov [Socialization of children and adolescents (In Russ.)]. Metodicheski kompleks [Methodical complex (In Russ.)]. Moscow, Moskovskii gos. pedagog. universitet publ., 2009, p. 108.
7. Identichnost' i sotsializatsiya v sovremennom mire [Identity and socialization in the modern world (In Russ.)] / pod red. T.D. Martsinkovskoi. Moscow, Moskovskii gos. universitet publ., 2015, p. 112.

Информация об авторах

Ольга В. Гребенникова, кандидат психологических наук, Психологический институт Российской академии образования, Москва, Россия; 125009, Россия, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 4; grebennikova577@mail.ru

Наталья И. Юрченко, магистр, Психологический институт Российской академии образования, Москва, Россия; 125009, Россия, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 4; yurchenko_natalya@icloud.com

Information about the authors

Olga V. Grebennikova, PhD in Psychology, Russian Academy of Sciences Psychological Institute, Moscow, Russia; bldg. 4, bld. 9, Mokhovaya str., Moscow, Russia, 125009; grebennikova577@mail.ru

Natalya I. Yurchenko, Magister, Russian Academy of Sciences Psychological Institute, Moscow, Russia; bldg. 4, bld. 9, Mokhovaya str., Moscow, Russia, 125009; yurchenko_natalya@icloud.com

Связь креативности
и индивидуально-личностных особенностей
студентов

Оксана В. Гавриченко

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, Oksana-danshina@rambler.ru*

Аннотация. В статье рассматривается проблема взаимосвязи креативности и индивидуально – личностных особенностей в процессе творческой деятельности студентов. Данные эмпирического исследования (n= 40) показали, что креативность сензитивна к индивидуальным характеристикам, связанным с высоким энергетическим потенциалом, возбудимостью и гибкостью. При преобладании гипертимного и возбудимого типа акцентуации характера личности у студентов взаимосвязь между уровнем самооценки и компонентами творческого мышления будет наиболее высокой. При преобладании тревожного типа акцентуации характера взаимосвязь между уровнем самооценки и компонентами творческого мышления будет отсутствовать. Высокий уровень демонстративности и неадекватно высокая самооценка препятствуют креативности, что, по-видимому, связано с появлением внутренней цензуры желанием получить максимальное одобрение. Уровень самооценки личности влияет на проявления таких компонентов творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность. Данные компоненты

творческого мышления станут ярче проявляться у студентов с высоким уровнем самооценки, чем у людей с низким уровнем самооценки.

Ключевые слова: творческие способности, креативность, компоненты творческого мышления, индивидуально-личностные особенности, акцентуации характера, уровень самооценки, студенты

Для цитирования: Гавриченко О.В. Связь креативности и индивидуально-личностных особенностей студентов // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. № 1. С. 105-126. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-105-126

Interrelation of creativity and individual and personal features of students

Oksana V Gavrichenko

*Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russia, Oksana- danshina@rambler.ru*

Abstract. The problem of interrelation of creativity and individual and personal features in the process of creative activity of students is considered in the article. Data of an empirical research ($n = 40$) showed that creativity is correlated to individual characteristics associated with high energy potential, excitability and flexibility. At prevalence of hypertemic and excitable type of accentuation of character of the personality at students the interrelation between the level of a self-assessment and components of creative thinking will be the highest. At prevalence of disturbing type of accentuation of character the interrelation between the level of a self-assessment and components of creative thinking will be absent. High level of

pretension and inadequately high self-esteem hinder creativity that seemed to be associated with the appearance of internal censorship by the desire to get maximum approval. Level of a self-assessment of the personality influences manifestations of such components of creative thinking as fluency, flexibility and originality. These components of creative thinking will be brighter at students with high level of a self-assessment, than at examinees with low level of a self-assessment.

Keywords: creative abilities, creativity, components of creative thinking, individual and personal features, character accentuation, self-assessment level, students

For citation: Gvrichenko OV. Interrelation of creativity and individual and personal features of students. RSUH/RGGU Bulletin. "Psychology. Pedagogics. Education" Series. 2019; 1:105-126. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-105-126

Сегодня темп научно-технического прогресса ставит перед человеком принципиально новую задачу - быстро и эффективно реагировать на постоянные изменения, происходящие в современном информационно – технологическом, транзитивном пространстве. В настоящее время в различных сферах профессиональной деятельности есть потребность в таком профессионале, который будет способен изменять стереотипные формы познания и действия, а не просто приспосабливаться к ним. Дивергентность, оригинальность мышления, стремление к необычным решениям дает возможность более успешно работать в разнообразных областях жизнедеятельности. Особую важность изучение творческого мышления приобретает в юношеском возрасте потому, что именно в этот жизненный период молодые люди начинают самостоятельную жизнь, определяют перспективы своего будущего и в профессиональном, и в личностном плане. Решая жизненные задачи, в реальном плане они применяют знания в новых условиях, открывают их новые связи, формулируют планы, адекватные собственной внутренней сущности. Именно нестандартное, гибкое, творческое

мышление позволяет молодым людям активизировать свою деятельность и максимально реализовывать свои потенциальные возможности.

*Проблема творческих способностей
в отечественной и зарубежной психологии*

Творческие способности – это способности субъекта принимать нестандартные решения и создавать принципиально новые образы и идеи. Такое нетривиальное решение проблемы в психологии связывается с креативностью и изучается как зарубежными, так и отечественными психологами. С точки зрения Дж. Гилфорда, креативность рассматривается в более узком смысле и отождествляется с дивергентным мышлением. Отечественные психологи Д.Б. Богоявленская, Я.А. Поромонова и др. рассматривают эту категорию в более широком смысле и связывают её с творческими интеллектуальными способностями личности.

В своей концепции креативности Дж. Гилфорд указал на принципиальное различие между двумя типами мыслительных операций: конвергенцией и дивергенцией. Конвергентное мышление актуализируется в том случае, когда человеку, решающему задачу, надо на основе множества условий найти единственно верное решение. Таких конкретных решений может быть и несколько, но это множество всегда ограничено. Дивергентное мышление позволяет варьировать пути решения проблемы, что приводит в итоге к неожиданным выводам и результатам [1].

Э.П. Торренс [2], разрабатывая метод диагностики творческого мышления, определяет креативность как процесс, связанный с чувствительностью к отсутствующим элементам, к дисгармонии и т.д. В ходе данного процесса происходит осознание проблем, поиск решений, формулирование гипотез, проверка и перепроверка этих гипотез, их модификация, а также сообщение результатов.

Р. Стернберг предлагает описывать креативность с точки зрения своей «теории инвестирования». По его мнению,

креативным будет тот человек, который способен приобретать идеи по низкой цене, а вот продавать их уже по более высокой. Приобретать идеи по низкой цене – это значит заниматься непопулярными идеями. И задача творческого человека – правильно оценить возможный потенциал и спрос на такие идеи. Креативная личность станет преодолевать непонимание и противодействие со стороны окружающих, настаивать на своих идеях и продавать их, достигая определенного коммерческого успеха, а после этого приступить к реализации новой идеи [3].

С точки зрения Стернберга, творческие проявления определяются шестью главными факторами: основным является интеллект как способность; знание; стиль мышления; индивидуальные черты; мотивация; а также фактор, связанный с внешней средой. Для творческого мышления необходима свобода от стереотипов и внешнего влияния. Творческий человек самостоятельно ставит проблемы и автономно их решает. На взгляд исследователя, креативность дает человеку способность идти на разумный риск, формирует внутреннюю мотивацию, способствует преодолению препятствий и мнения окружающих [3].

М. Воллах и Н. Коган [4] в своей работе подчеркивают, что индивиду для выражения своего творческого потенциала и реализации креативных способностей нужна непринужденная, свободная обстановка. Желательно, чтобы исследование и тестирование творческих способностей проводилось в обычных жизненных ситуациях, когда испытуемый может иметь свободный доступ к дополнительной информации по предмету задания.

Иное понимание творческого, дивергентного мышления мы находим в концепции С. Медника. Согласно его представлению, процесс дивергентного мышления идет следующим образом: есть проблема, и мыслительный поиск следует как бы в разных направлениях семантического пространства, отталкиваясь от содержания проблемы. Дивергентное мышление – это периферическое мышление. Конвергентное мышление объединяет все элементы смысловой зоны, относящиеся к проблеме, в единое целое и находит правильное соотношение этих элементов [5].

С. Медник полагает, что в творческом процессе присутствуют конвергентный и дивергентный компоненты мышления. Если для решения проблемы использовать элементы, взятые из разных областей знания, то тем более креативным будет процесс решения такой задачи. Дивергенция здесь заменяется актуализацией отдаленных зон смыслового пространства. При этом соединение элементов может быть и стереотипным. Творческое решение всегда будет уходить от стереотипного: потому, что суть творчества, по Меднику, не в особенности операции, а в способности преодолевать стереотипы на конечном этапе мыслительного синтеза [5].

В российской психологии также рассматривается проблема творческих способностей человека. Большинство отечественных психологов единодушны в признании того, что в любом мыслительном акте соединяются продуктивные и репродуктивные составляющие мышления. Это говорит о том, что для человека нет никакой абсолютно известной задачи. В ней всегда есть элементы новизны, и в то же время, присутствуют известные по прошлому опыту компоненты.

Д. Б. Богоявленская подчеркивает, что творческие способности связаны с «интеллектуальной инициативой». Этот феномен является ядром творческих способностей и смыслообразующим фактором творческого процесса субъекта в разных областях его деятельности. «Интеллектуальной инициативой» является синтез умственных способностей и мотивационной структуры личности, проявляющихся в продолжении мыслительной деятельности за пределами требуемого, за пределами решения задачи, которая ставится перед человеком. В соответствии с гипотезой Д. Б. Богоявленской, был предложен «метод креативного поля», с помощью которого испытуемый без воздействия внешнего стимула мог перейти от осуществления заданной деятельности к теоретическому обобщению и анализу заданной ситуации [6].

Основываясь на идеях Богоявленской, В. Д. Шадриков говорит об интеллектуальной инициативе следующее: «требование решить задачу выступает в качестве стимула мыслитель-

ной деятельности до тех пор, пока испытуемый не находит и не отработывает надёжный и оптимальный алгоритм решения. Дальнейший анализ материала не диктуется требованием решить задачу, а осуществляется по инициативе самого субъекта (интеллектуальная инициатива). И именно этот переход характеризует творческий аспект деятельности» [7с.320].

Склонность к творчеству присуща практически всем, но при этом творческий потенциал и уровень креативности у людей будет разным. Причем поставленный в определенные жесткие условия (например, выполняя задание) человек может использовать творческие методы, но не применять их впоследствии ни в профессиональной, ни в повседневной жизни и не испытывать никакой потребности в творчестве.

Способности обеспечивают человеку успешность выполнения его деятельности. В жизни существует столько способностей, сколько видов деятельности.

Исследование взаимосвязи креативности и индивидуально-личностных особенностей студентов

Цель исследования

Изучение взаимосвязи креативности и индивидуально-личностных особенностей в юношеском возрасте.

В работе были исследованы такие компоненты творческого мышления, как:

- беглость (быстрота создания новых образов);
- гибкость (перехода от одного понятия к другому);
- оригинальность (необычный рисунок, не встречающийся ни разу на выборке в сорок человек).

В индивидуально-личностных особенностях нас интересовал тип акцентуации характера и уровень самооценки студентов.

Гипотеза

Индивидуальные особенности, связанные с высоким энергетическим потенциалом и гибкостью, в большей степени определяют проявление креативности, чем индивидуальные черты,

характеризуемые ригидностью и низкой возбудимостью. Самооценка является фактором, усиливающим или ослабляющим эту взаимосвязь.

Выборка

В исследовании принимало участие 40 человек ($n=40$) в возрасте от 16 до 20 лет, из них 32 девушки и 8 юношей, студенты 1 и 2 курса факультета дошкольной педагогики и психологии, одного из московских ВУЗов.

Методики исследования

- Опросник Г. Шмишека, направленный на определение типа акцентуации характера;
- Тест самооценки – авторы В. Щур, С. Якобсон;
- Субтесты по диагностике творческого мышления Дж. Гилфорда: «Использование предметов», «Составление изображений», «Эскизы»;
- Тест «Дорисовывание» Э.П. Торренса, направленный на диагностику творческого (креативного) мышления.

В процессе обработки данных применялся качественный и количественный анализ.

В процедуре подсчетов результатов вычислялся коэффициент ранговой корреляции Спирмена, была использована компьютерная программа StatPlus.

Анализ и обсуждение результатов

В ходе исследования типов акцентуаций характера с помощью опросника Г. Шмишека мы получили следующие результаты по данной выборке, которые мы можем представить в виде диаграммы.

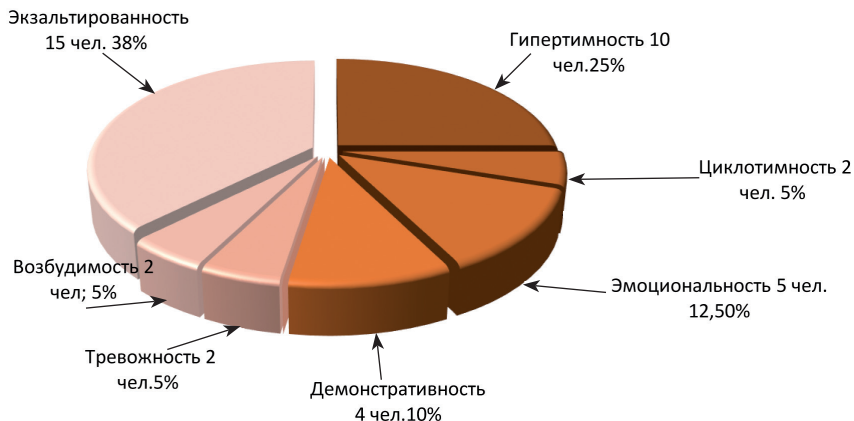


Диаграмма 1. Данные по акцентуациям характера опросника Г. Шмишека

В результате анализа полученных данных среди участников исследования преобладает экзальтированный (25%) и гипертимный (38%) тип акцентуации характера. Менее выражены такие типы акцентуации характера, как: эмоциональность (12%), демонстративность (10%), циклотимность (5%), тревожность (5%), возбудимость (5%). Отсутствуют такие типы акцентуации как: дистимичность, застраивание, педантичность (0%).

Для определения уровня развития творческих способностей в исследовании были использованы субтесты Торренса «Завершение картинок», направленные на диагностику невербального творческого мышления (изобразительное творческое мышление), и субтесты Гилфорда «Использование предметов», «Составление изображений», «Эскизы».

При обработке результатов оценивались такие показатели, как:

Беглость – быстрота создания новых образов. Баллы за беглость начислялись следующим образом:

- 1 балл – рисунок создавался более пяти минут;
- 2 балла – рисунок создавался менее пяти минут;
- 3 балла – рисунок создавался менее трех минут.

Гибкость – перехода от одного понятия к другому. Баллы за гибкость начислялись следующим образом:

- 1 балл – количество категорий (групп) не более двух;
- 2 балла – количество категорий (групп) от двух до пяти;
- 3 балл – все рисунки относятся к разным категориям.

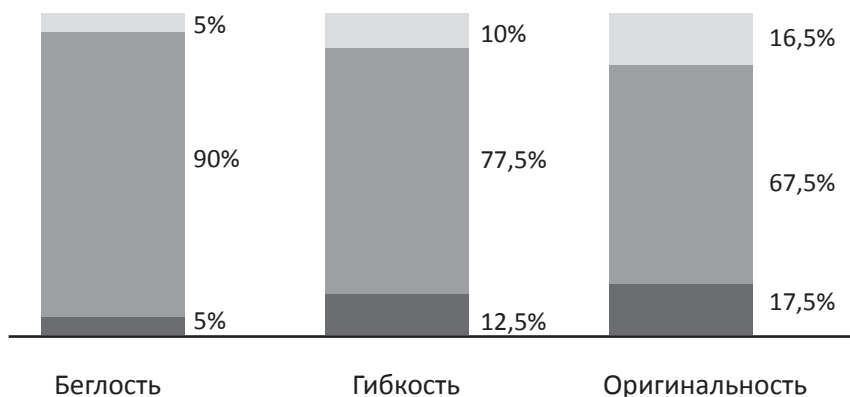
Оригинальность – необычный рисунок, не встречающийся в данной выборке. За оригинальность баллы начислялись следующим образом:

- 1 балл – все рисунки встречаются в данной выборке или количество рисунков не превышает двух;
- 2 балла – количество рисунков по данной выборке от двух до пяти;
- 3 балла – количество ответов более пяти или ни один из ответов не встречался в выборке из сорока человек.

Полученные результаты в баллах были разделены на три уровня: от 0 до 1 балла – низкий уровень; от 1,1 до 2 баллов – средний уровень; от 2,1 до 3 баллов – высокий уровень.

В субтесте Э.П. Торренса «*Завершение картинок*» респондентам необходимо было завершить незаконченные фигуры так, чтобы получилось осмысленное изображение, и придумать название каждому рисунку. Материал: 10 незаконченных картинок. Время выполнения субтеста не ограничено.

Полученные результаты данного субтеста на определение компонентов творческого мышления в данной выборке распределились следующим образом:



Гистограмма 1. Соотношение компонентов творческого мышления (беглость, гибкость, оригинальность) по данным теста Торренса

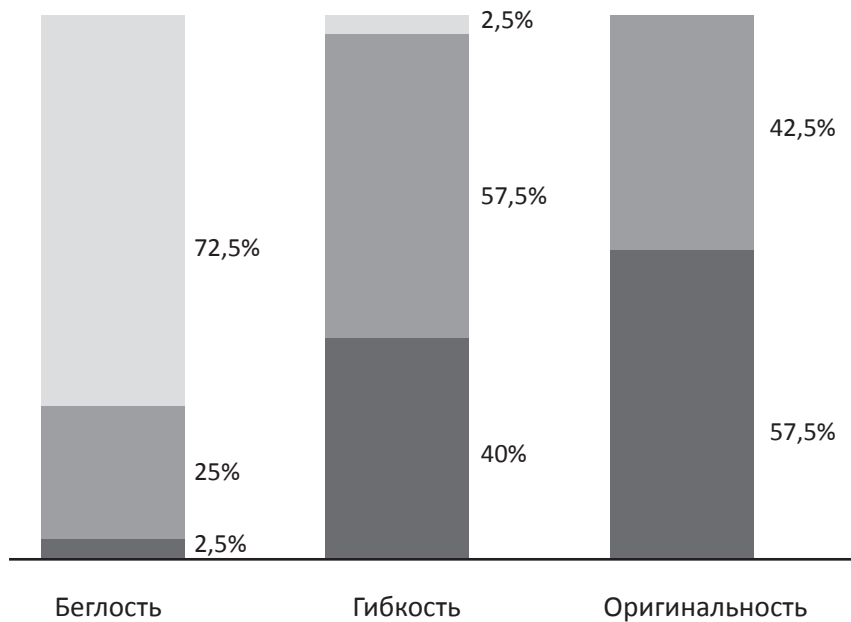
Исходя из полученных результатов, средний уровень по показателю *беглости*, связанный с быстротой создания новых образов, зафиксирован у 90% участников данного исследования, 5% показали низкий уровень и 5% высокий уровень по показателю беглости.

Средний уровень по показателю *гибкости*, связанный в творческом мышлении с переходом от одного понятия к другому, фиксируется у 77,5 респондентов, 12,5% участников исследования показали низкий уровень и 10% – высокий уровень по показателю гибкости мышления.

Средний уровень по показателю оригинальностимышления фиксируется у 67,5% участников данного исследования, 17,5% показали низкий уровень и 16,5% респондентов демонстрируют высокий уровень по показателю оригинальности творческого мышления.

В субтесте Гилфорда «Использование предметов» респондентам необходимо было перечислить как можно больше необычных способов использования таких предметов, как

газета, пуговицы, консервная банка. Время (t) выполнения субтеста – 3 минуты. Ответы вписывались самими испытуемыми в бланк.

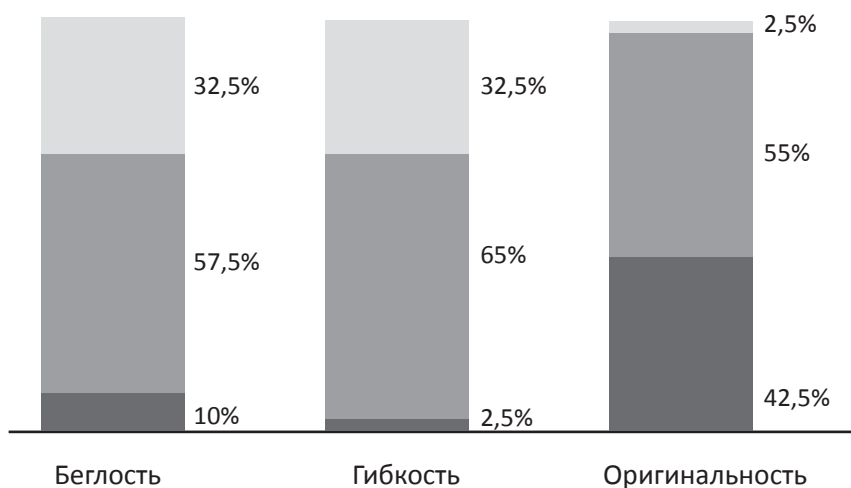


Гистограмма 2. Соотношение компонентов творческого мышления по субтесту «Использование предметов» Гилфорда

По полученным данным, можно говорить о том, что средний уровень по показателю *беглости* зафиксирован у 25% респондентов, 2,5% участников исследования показали низкий уровень и 72,5% показали высокий уровень по показателю беглости мышления. Средний уровень по показателю *гибкости* отмечен у 57,5% респондентов, 40% показали низкий уровень, и только 2,5% участников исследования продемонстрировали высокий уровень по показателю творческого мышления, связанного с критерием гибкости. Средний уровень по показателю *оригинальности* зафиксирован у 42,5% участников

исследования. В данной выборке по критерию оригинальности мышления больше половины 57,5% респондентов демонстрируют низкий уровень. Также следует отметить, что в данной выборке отсутствуют респонденты с высоким уровнем по показателю оригинальности творческого мышления.

В субтесте Гилфорда «Составление изображений» участникам исследования необходимо было на тестовом бланке, разделенном на 4 квадрата 8x8 см., нарисовать определенные объекты, используя следующий набор фигур: круг, прямоугольник, треугольник, полукруг. В первом квадрате – нарисовать лицо, во втором – дом, в третьем – клоуна, а в четвертом – что хочешь. Каждую фигуру можно было использовать несколько раз, изменять их размер и положение в пространстве, но нельзя добавлять другие фигуры или линии. Время (t) выполнения всех рисунков 8 минут.

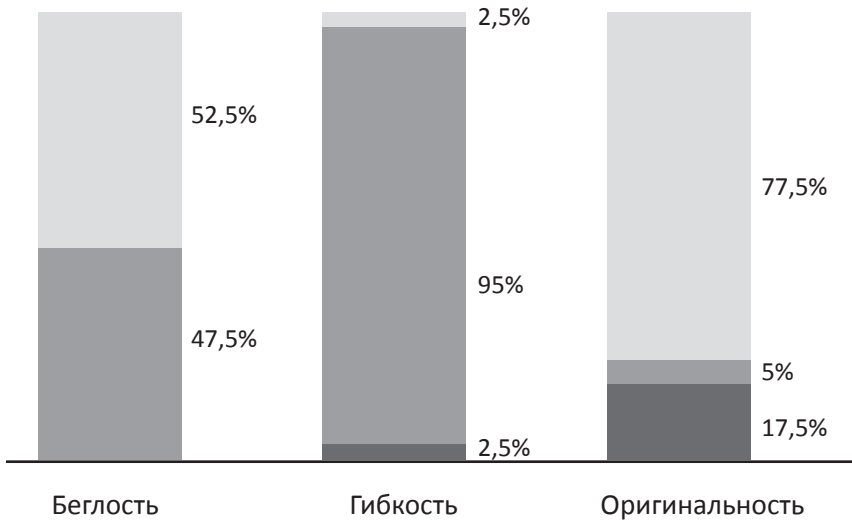


Гистограмма 3. Соотношение компонентов творческого мышления по субтесту «Составление изображений» Гилфорда

Анализируя эти данные, можно говорить о том, что средний уровень по показателю *беглости* зафиксирован у 57,5% респондентов, 10% показали низкий уровень и 32,5% – высокий

уровень по показателю беглости мышления. Средний уровень по показателю *гибкости* отмечен у 65% участников исследования, 2,5% показали низкий уровень, и 32,5% испытуемых показали высокий уровень по компоненту творческого мышления, связанному с гибкостью. Средний уровень по показателю *оригинальности* зафиксирован у 55% представителей данной выборки, у 42,5% фиксируется низкий уровень, и всего у 2,5% участников исследования отмечен высокий уровень по показателю оригинальности мышления.

В субтесте Гилфорда «Эскизы» участникам было необходимо из каждой предложенной фигуры сделать какое-либо отличающееся от предложенного изображение. Материал тестового бланка, состоящий из листа бумаги, на котором изображено 20 квадратов с кругом посередине. Размеры квадрата 5x5 см, диаметр каждого круга примерно 1,5 см. Время (t) выполнения субтеста – 10 минут.

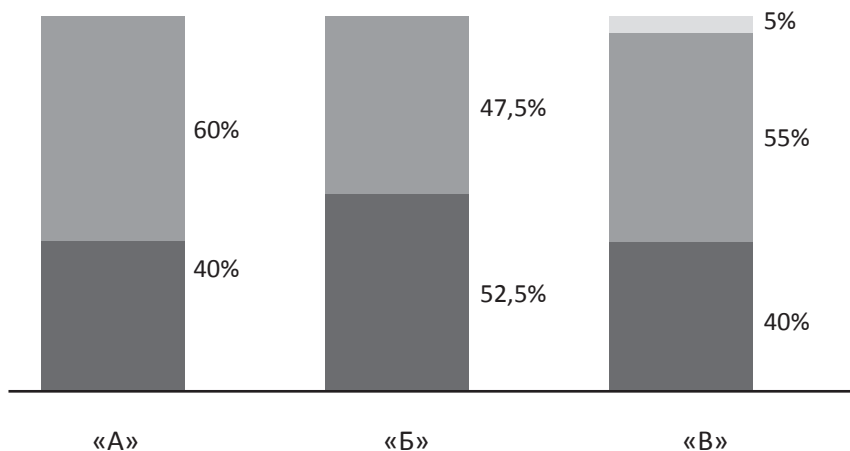


Гистограмма 4. Соотношение компонентов творческого мышления по субтесту «Эскизы» Гилфорда

Данные по субтесту «Эскизы» распределились следующим образом: так показатель *беглости* фиксируется на среднем уровне у 47,5% респондентов, 52,5% участника исследования показали высокий уровень по критерию *беглости* творческого мышления. Низкий уровень по данному критерию не выявлен. Средний уровень по показателю гибкости зафиксирован у 95% респондентов. У 2,5% участников исследования отмечен низкий уровень и у 2,5% – высокий уровень по критерию гибкости. Средний уровень по показателю оригинальности отмечен у 5% респондентов, у 17,5% – низкий уровень, и у 77,5% участников исследования зафиксирован высокий уровень.

Изучение уровня самооценки у респондентов проходило с помощью теста В. Щур, С. Якобсон. Респондент должен с помощью, нарисованной из десяти ступенек лесенки определить:

- «А» – ступень, на которую он бы поставил себя сам;
- «Б» – ступень, на которую его бы поставили однокурсники;
- «В» – ступень, на которую его бы поставили преподаватели ВУЗа.



Гистограмма 5. Уровень самооценки: «А» сам себя; «Б» друзья; «В» преподаватели ВУЗа

Баллы начислялись следующим образом:

- От 1 до 3 ступени – 1 балл - низкий уровень самооценки.
- От 4 до 7 ступени – 2 балла – средний уровень самооценки.
- От 8 до 10 ступени – 3 балла - высокий уровень самооценки.

Исходя из полученных данных, можно говорить о том, что по первому блоку «А» 60% респондентов показали средний уровень самооценки, 40 % показали высокий уровень самооценки, а низкий уровень самооценки не был зафиксирован. По второму блоку «Б» 52,5% респондентов показали высокий уровень самооценки, 47,5 % участников исследования – средний уровень самооценки, а низкий уровень самооценки не был выявлен. По третьему блоку «В» 55% респондентов показали средний уровень самооценки, 40% – высокий уровень самооценки, а у 5% участников данной выборки фиксируется низкий уровень самооценки.

Полученные данные по всем тестам сравнивались между собой с помощью коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

Анализ результатов производился по следующим показателям:

- Если коэффициент ранговой корреляции был больше 0,6, то теснота взаимосвязи между переменными высокая.
- Если коэффициент ранговой корреляции от 0,3 до 0,6, то теснота взаимосвязи между переменными средняя;
- Если коэффициент ранговой корреляции меньше 0,3, то теснота взаимосвязи между переменными низкая;

Для выявления коэффициента корреляции Спирмена была использована компьютерная программа StatPlus.

Таблица 1.

Сводные данные
корреляционного коэффициента Спирмена.

Тип акцентуации характера	Корреляция м/у самооценкой и уровнем творческого мышления (данные теста самооценки и «Завершение картинок»)	Корреляция м/у самооценкой и уровнем творческого мышления (данные теста самооценки и «Использование предметов»)	Корреляция м/у самооценкой и уровнем творческого мышления (данные теста самооценки и «Составление изображения»)	Корреляция м/у самооценкой и уровнем творческого мышления (данные теста самооценки и «Эскизы»)
Гипертизмность	0,1131	0,2625	0,0926	0,4068
Циклотимность	0,3488	0,1897	0,2882	0,1897
Эмотивность	0,2569	0,0797	0,0941	0,1401
Демонстративность	0,0847	0,1647	0,1465	0,1712
Тревожность	# Н/Д	# Н/Д	# Н/Д	# Н/Д
Возбудимость	0,2787	0,3338	0,1167	0,5421
Экзальтированность	0,0320	0,2748	0,1808	0,0937

При анализе полученных результатов было выявлено, что у респондентов с преобладанием *гипертимного* типа акцентуации характера уровень самооценки и показатели творческого мышления имеют *высокую* степень *взаимосвязи* (0,4068). Это может быть связано с тем, что при таком типе темперамента люди склонны к повышенному положительному фону настроения, они более оптимистичны, у них высокий уровень активности. У респондентов с преобладанием *циклотимного* типа акцентуации характера уровень самооценки и показатели творческого мышления имеют *среднюю* степень *взаимосвязи* (0,3488), что, возможно, обусловлено тем, что при хорошем настроении они ведут себя как гипертимные. У участников исследования с преобладанием *эмотивного* типа акцентуации характера *взаимосвязь* между уровнем самооценки и показателями творческого мышления *средняя* (0,2569). Можно предположить, что у таких людей больше проявляется эмоциональная чувствительность, резко меняется настроение по незначительному для окружающих поводу. У респондентов с преобладанием *демонстративного* типа акцентуации характера *взаимосвязь* между уровнем самооценки и показателями творческого мышления *низкая* (0,1712). Это может быть связано с тем, что у таких людей сильно выражен эгоцентризм, стремление быть постоянно в центре внимания. При отсутствии способностей обратить на себя внимание окружающих они могут привлекать его антисоциальными поступками. У участников исследования с преобладанием *тревожного* типа акцентуации характера *взаимосвязь* между уровнем самооценки и компонентами творческого мышления *отсутствует*. Как правило, представителям данного типа акцентуации присущи сомнения в правильности своих мыслей и действий. Они очень робкие и долго переживают свои неудачи и боятся снова повторить свои ошибки. У респондентов с преобладанием *возбудимого* типа акцентуации характера *взаимосвязь* между уровнем самооценки и компонентами творческого мышления *высокая* (0,5421). Это может быть связано с тем, что такие люди склонны к повышенной импульсивной реактивности. У респондентов с преобладанием *экзальтированного* типа

акцентуации характера *взаимосвязь между* уровнем самооценки и показателями творческого мышления *средняя* (0,2748), можно предположить, что такие люди в своем поведении имеют склонность к аффективной экзальтации (близко к демонстративности).

Также было выявлено, что у 20% участников исследования с преобладанием гипертимного типа акцентуации характера и высоким уровнем самооценки, такие компоненты творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность проявляются ярче, чем у респондентов со средним и низким уровнем самооценки. У 50% респондентов с преобладанием циклотимного типа акцентуации характера и высоким уровнем самооценки такие компоненты творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность проявляются ярче, чем у испытуемых с уровнем самооценки ниже среднего. У 20% респондентов с преобладанием эмотивного типа акцентуации характера и высоким уровнем самооценки такие компоненты творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность проявляются ярче, чем у участников данного исследования со средним и низким уровнем самооценки. У 25% респондентов с преобладанием демонстративного типа акцентуации характера и высоким уровнем самооценки такие компоненты творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность проявляются ярче, чем у респондентов со средним и низким уровнем самооценки. У участников исследования с преобладанием тревожного типа акцентуации характера и средним уровнем самооценки компоненты беглости, гибкости и оригинальности выражены не ярко. У 50% респондентов с преобладанием возбудимого типа акцентуации характера и уровнем самооценки выше среднего, такие компоненты творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность проявляются ярче, чем у представителей данной выборки с уровнем самооценки ниже среднего. У 13,5% респондентов с преобладанием экзальтированного типа акцентуации характера и высоким уровнем самооценки такие компоненты творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность проявляются ярче, чем у людей со средним и низким

уровнем самооценки. У 86,5% участников данной выборки со средним уровнем самооценки такие компоненты творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность проявляются менее ярко, чем у респондентов с высоким уровнем самооценки.

Выводы

1. Креативность в большей степени связана с индивидуальными особенностями личности, характеризующимися высоким энергетическим потенциалом, возбудимостью и гибкостью.
2. Высокий уровень демонстративности также, как и неадекватно высокая самооценка, препятствуют развитию таких компонентов творческого мышления, как беглость, гибкость и оригинальность, что, по-видимому, связано с появлением внутренней цензуры и желанием получить максимальное одобрение.
3. Тревожность и низкий уровень самооценки также фрустрируют проявление творческих способностей, особенно при сочетании соответствующих индивидуальных и личностных особенностей.
4. Низкий уровень самооценки приводит к излишней эмоциональной напряженности, которая отрицательно влияет на качественные показатели творческого мышления.

Благодарность

Статья выполнена в рамках работы по научному проекту РГГУ «Идентичность в повседневном изменяющемся мире» (конкурс «Проектные научные коллективы РГГУ»)

Acknowledgment

The work was prepared in the frame of scientific RSUH project «Identity in the everyday changing world» (contest «Project research teams of the RSUH»)

Литература

1. *Guilford Y. P.* The nature of human intelligence. N. Y.: McGraw Hill, 1967. P. 538
2. *Torrance E.P.* Scientific views of creativity and factors affecting its growth. Daedalus:Creativity and Learning, 1965. P. 663-679.
3. *Sternberg R.* General intellectual ability // Human abilities by R. Sternberg. 1985. P. 5-31.
4. *Wollach M.A., Kogan N.A.* A new look at the creativity – intelligence distinction //Journal of Personality. 1965. № 33. P. 348-369.
5. *Mednich S.A.* The associative basis of the creative process // Psychol. Rewiew. 1969. № 2. P. 220-232.
6. *Богоявленская Д.Б.* Психология творческих способностей: Монография / Д.Б. Богоявленская. Самара.: Издательский дом «Федоров», 2009. 416 с.
7. *Шадриков В.Д.* Ментальное развитие человека / В.Д. Шадриков. – М.: Аспект Пресс, 2007. 329 с.

References

1. Guilford YP. The nature of human intelligence. N. Y.: McGraw Hill, 1967. P. 538
2. Torrance EP. Scientific views of creativity and factors affecting its growth. Daedalus:Creativity and Learning, 1965. P. 663-679.
3. Sternberg R. General intellectual ability // Human abilities by R. Sternberg. 1985. P. 5-31.
4. Wollach MA., Kogan NA. A new look at the creativity – intelligence distinction //Journal of Personality. 1965. № 33. P. 348-369.
5. Mednich SA. The associative basis of the creative process // Psychol. Rewiew. 1969. № 2. P. 220-232.
6. Bogoyavlenskaya DB. Psikhologiya tvorcheskikh sposobnostei: Monografiya [Psychology of creative abilities:

- Monograph (In Russ.)] / D.B. Bogoyavlenskaya. – Samara.: Izdatel'skii dom «Fedorov», publ., 2009. P. 416.
7. Shadrikov V.D. Mental'noe razvitiye cheloveka [Mental development of the person (In Russ.)] / V.D. Shadrikov. – Moscow.: Aspekt Press, publ., 2007. P. 329.

Информация об авторе

Оксана В. Гавриченко, кандидат психологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993 Россия, Москва, Миусская площадь, д. 6; Oksana-danshina@rambler.ru

Information about the author

Oksana V. Gavrichenko, PhD in Psychology, associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125993; Oksana-danshina@rambler.ru

УДК159.9

DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-127-156

Особенности структуры и содержания экономических аттитюдов работающих пенсионеров

Юлия В. Честюнина

*Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия, butterfly61@yandex.ru*

Екатерина В. Забелина

*Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия, katu_k@mail.ru*

Ирина А. Трушина

*Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия, trushina_ia@mail.ru*

Екатерина В. Веденева

*Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия, kotia2882@mail.ru*

Алена Г. Лисичкина

*Психологический институт Российской академии образования,
Москва, Россия, al1975@spartak.ru*

Аннотация. В статье представлены результаты исследования особенностей структуры и содержания экономических аттитюдов у работающих и неработающих пенсионеров. Результаты факторной структуры экономических аттитюдов на двух выборках подтвердили предположение о различиях в структуре экономического сознания у работающих и неработающих

© Честюнина Ю.В., Забелина Е.В., Трушина И.А.,
Веденева Е.В., Лисичкина А.Г., 2019

пенсионеров. Если работающие пенсионеры выбирают более активную позицию в экономической сфере, готовы зарабатывать и тратить, то неработающие пенсионеры либо живут за счет имеющихся сбережений, либо предпочитают рационально расходовать средства, не брать деньги в долг и делать сбережения, то есть выбирают пассивную роль в экономической жизни. Важным фактором, отличающим работающих пенсионеров от неработающих является сочетание экономической активности и финансовой грамотности.

Ключевые слова: экономические аттитюды, пенсионеры, работающие пенсионеры, неработающие пенсионеры, пожилой возраст, экономическое поведение.

Для цитирования: Честюнина Ю.В., Забелина Е.В., Трушина И.А., Веденева Е.В., Лисичкина А.Г. Особенности структуры и содержания экономических аттитюдов работающих пенсионеров // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. № 1. С. 127-156. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-127-156

Particularities of the structure and maintenance of economic attitudes of the working pensioners

Yulia V. Chestyunina

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, butterfly61@yandex.ru

Ekaterina V. Zabelina

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, katya_k@mail.ru

Irina A. Trushina

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, trushina_ia@mail.ru

Ekaterina V. Vedeneeva

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, kotia2882@mail.ru

Alena G Lisichkina

Psychological institute of the Russian Academy of Education, Moscow, Russia

al1975@spartak.ru

Abstract. The results of the study of the structure and maintenance of economic attitudes at the working and non-working pensioners are presented in the article. The results of the factorial structure of economic attitudes on the selections of the working and non-working pensioners have confirmed the assumption of differences in these structures. Working pensioners choose more active position in the economic sphere, they are ready to earn and spend. Non-working pensioners live at the expense of the available savings, prefer to spend money rationally, tend not to borrow money, but to do savings, thus, they choose a passive role in their economic life. The important factor distinguishing the working pensioners from the non-working ones is the combination of economic activity and financial literacy in the economic minds of working pensioners.

Keywords: economic attitudes, pensioners, the working pensioners, non-working pensioners, advanced age, economic behavior

For citation: Chestyunina YV., Zabelina EV., Trushina, IA., Vedeneva EV., Lisichkina AG. Particularities of the structure and maintenance of economic attitudes of the working pensioners. RSUH/RGGU Bulletin. "Psychology. Pedagogics. Education" Series. 2019; 1:127-156. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-127-156

Введение

Сегодня, когда средняя продолжительность жизни по всему миру увеличивается, рождаемость снижается, социально-экономическая и ценностная структура общества резко изменяется. Люди старшего возраста, с одной стороны, становятся все более активными участниками социальной, экономической, политической и культурной жизни, например, все больший

сегмент потребителей занимают люди предпенсионного и пенсионного возраста. С другой стороны, далеко не все люди пожилого возраста готовы к подобным изменениям: многие уже не чувствуют себя полноценными участниками экономической жизни, не стремятся продолжать работать, негативно относятся к увеличению сроков выхода на пенсию. Старение общества становится серьезной политической, экономической и социальной проблемой, вот почему исследование маркеров поздней экономической адаптации (приспособление людей старшего возраста к изменению своего экономического статуса) является актуальным в мировом масштабе.

Британская Королевская комиссия по народонаселению отмечает, что пожилые, несмотря на опыт и жизненную мудрость, менее активны, с трудом поддаются обучению и с трудом воспринимают новое. Общество, в котором доля молодых людей сокращается, станет угрожающе непрогрессивным, начав отставать от других обществ не только по технической эффективности и экономическим благам, но и в области интеллектуальных и культурных достижений» [1 с.38].

Стареющее общество и проблема экономического поведения людей пенсионного возраста

Старение населения, в основе которого лежат снижение рождаемости, долгожительство и индивидуализация процесса старения, стало восприниматься как вызов для государства, которому предстояло выработать подходы в рамках публичной политики для решения возникающих проблем. Одним из результатов этого явилось возникновение в 1970-е годы «экономической геронтологии», приступившей к теоретическому описанию новой экономической ситуации [2].

Последствия старения общества для социальной политики катастрофичны, одной из первых страдает система пенсионного обеспечения [3]. Кроме того, самой политически активной группой становится пожилое, нетрудоспособное население, ведь именно оно будет основным избирателем, тем самым заставляя политиков выполнять его волю [4], а так как пожилые люди

более склонны к консерватизму, это может снизить инновационность общества [5], что повлечет за собой нехватку ресурсов населения страны для защиты внутренних и внешних интересов государства [4]. Наблюдается также ряд социальных последствий старения общества: собрание нескольких поколений в одной социальной группе, необходимость увеличения миграционных потоков для восполнения трудовых ресурсов государства, что приводит к увеличению уровня социальной напряженности.

Пожалуй, наиболее опасны социально-экономические последствия старения общества: происходит перераспределение экономических ресурсов на социальное обеспечение, основу которого в стареющих обществах составляет пенсионная система; сокращается численность молодежи, выходящей на рынок труда, что порождает старение рабочей силы и в конечном итоге провоцирует нарушение производственных процессов; более позднее взросление молодежи, с возрастом инвесторы становятся более склонны избегать рискованных капиталовложений [6, 7, 8], у населения в возрасте от 65 лет снижается уровень потребления домохозяйств, что также не способствует экономическому росту [9].

В настоящее время наблюдается дисбаланс соотношения между численностью работающих и неработающих людей, что приводит к увеличению налогов; рост расходов на пенсионное обеспечение, медицинское и социальное обслуживание, что влечет за собой поиск адекватных источников дополнительного финансирования; изменение в пользу пожилых людей структуры электората, что делает этот слой общества мощной политической силой [3]. Они менее склонны к покупкам дорогих вещей и недвижимости, а также к накоплениям, что может привести к заметному изменению современной экономической модели, основанной на расширении консюмеризма. Старение населения, в частности в Японии, является одной из причин современной тенденции к дефляции [5].

Процесс старения населения коснулся и России. Здесь ситуация усугубляется тем, что реформы, проводимые в последние годы, не внесли в жизнь многих пожилых людей каких-либо существенных улучшений. Можно наблюдать распространение

бедности среди пенсионеров, что резко снизило социальный статус старшего поколения в обществе, в семье, усилило отрицательное отношение пожилых к более молодым [10]. С другой стороны, обозначилась встречная тенденция к нарастанию в обществе геронтофобных установок, падения авторитета старости и отчуждения между поколениями [11]. Большинство пенсионеров находится в режиме жесткой экономии и живет от пенсии до пенсии, что резко ограничивает их возможности выбора стратегии экономического поведения [12].

Таким образом, многие страны, в том числе и Россия, столкнулись с проблемой старения населения и ее последствиями, однако пути ее решения не очевидны. Наука обладает недостаточными знаниями в области понимания разнообразных сторон механизмов старения и социализации людей при выходе на пенсию. В частности, остаётся открытым вопрос, какие личностные и ментальные характеристики влияют на трудовое поведение людей в позднем возрасте. В основу данного исследования легло представление о том, что важным фактором, влияющим на выбор пенсионеров продолжать работать или нет, являются их экономические установки.

Старость сегодня рассматривается не только как паспортный возраст, состояние здоровья, но и как социальный конструкт, отчасти навязанный стереотипами, не соответствующими современным демографическим и, главным образом, социально-психологическим условиям [9], а также как уровень социальной активности, связанный с состоянием здоровья и измеряемый на основе объективных показателей [13].

В науке поднимаются проблемы людей пенсионного возраста. Социологи-функционалисты выдвинули теорию «отсоединения» (disengagement), согласно которой старость характеризуется утратой социальных функций и связей.

С этой позиции социальная роль пожилых – это «роль без роли» [14]. В то же время возникла теория активности, которая настаивала, что утрата социальных ролей в старости вовсе не обязательна и даже нежелательна, старость должна быть временем активной и творческой жизни [15].

Одной из социальных проблем является «эйджизм» – дискриминация в отношении пожилых [16]. В основе лежит представление о том, что пожилые должны «отключаться» от своих социальных ролей [15, 17]. Проблема соблюдения прав пожилых поднимается в публикациях Т.Д. Нельсона [18] и Э. Палмора [19], обсуждаются вопросы дискриминации пожилых на рабочем месте [20, 21]. В России проблема стигматизации и социального исключения пожилых рассматривалась в трудах Писарева [22], Красновой [23], Кравчука и Шкариной [24],

Смолькина [25, 26], Смирновой [27].

В зарубежной психологии проводятся исследования мотивации сотрудников позднего возраста к продолжению работы [28, 29, 19]. Исследования показывают более сильную связь внутренней мотивации (*i-e-congruency*) и удовлетворенности работой у старшего поколения сотрудников [30]. Напротив, негативные предпенсионные ожидания, отрицательное отношение к выходу на пенсию, угроза потери связаны с уровнем благополучия и депрессии после выхода на пенсию [31]. Показано, что процветание пожилых людей также связано с возможностью трудоустройства [32].

Ощутим дефицит работ, изучающих различные аспекты экономического сознания и поведения людей позднего возраста. Существуют попытки разработать модель финансового планирования для пенсионеров, учитывающую их возможности, способности и желания [33].

Ряд отечественных исследований доказывает, что российские пенсионеры лишь на словах остаются приверженцами устаревших патерналистских моделей, согласно которым пожилые должны исключить себя из общественной жизни и жить за счет государственной поддержки. На деле пожилые россияне реализуют стратегию активного старения, стараясь заниматься производительным трудом, пока позволяет здоровье. Основным мотивом работающих пенсионеров является не борьба за экономическое выживание, а стремление сохранять включенность в социальные и профессиональные отношения [34]. В то же время российским пожилым сегодня не хватает таких навыков, как

навыки работы с компьютером и Интернетом, которые помогли бы им интегрироваться в современный мир [25]. С другой стороны, П. Альдерс доказывает, что пенсионеры часто отказываются от работы, даже если могут работать, в случае, если пенсионное обеспечение позволяет им жить в свое удовольствие [35].

Анализ исследований позволяет заключить, что в науке существуют противоречивые данные о том, какие экономические и психологические факторы влияют на готовность людей пенсионного возраста продолжать работу. Кроме того, существует дефицит работ, занимающихся исследованием аспектов восприятия экономической реальности пенсионерами.

Целью настоящего исследования является выявление особенностей структуры и содержания экономических аттитюдов у работающих и неработающих пенсионеров.

Методы

Выборка – пенсионеры (N=160, средний возраст 66,4 года, % мужчин). В качестве основного метода применялся опросник, разработанный О.С. Дейнека и Е.В. Забелиной [36]. Опросник направлен на изучение экономических аттитюдов. Для того чтобы комплексно охарактеризовать поле экономических аттитюдов личности, в него были включены различные сферы экономического поведения: собственника (отношение к деньгам, к собственности, сберегательное и инвестиционное поведение), потребителя, предпринимателя и наемного работника.

Помимо этого, применялась модифицированная шкала уровня субъективного дохода Фёнэма в адаптации О.С. Дейнека [37], которая позволяет косвенно диагностировать уровень субъективного экономического благополучия. Респондентам предлагалось оценить уровень своего дохода по 7-балльной шкале (1 – свожу концы с концами, 7 – очень высокий).

Исследование проводилось на базе государственного стационарного учреждения социального обслуживания «Челябинский геронтологический центр», ФГБОУ ВО «ЧелГУ», МБУ «КЦСОН по Калининскому району г. Челябинска», ООО «Челябинская художественная фабрика «Брегет»» в период

с октября 2018 по январь 2019 г. Данные выборки исследования приведены в табл. 1.

Таблица 1

Сводные данные выборки исследования

№	Категория испытуемых	Пол (количество)		Количество испытуемых
		Мужской	Женский	
1	Общее количество пенсионеров	55	105	160
2	Пенсионеры работающие	40	51	91
3	Пенсионеры неработающие	15	54	69
4	Имеющие инвалидность	13	21	34
5	Без инвалидности	36	90	126
6	Одинокие пенсионеры	18	34	52
7	Имеющие семью, близких	31	77	108

Исследование включало несколько этапов. На первом этапе опрашиваемым испытуемым предлагалось оценить уровень своего дохода, после чего сравнивались ответы у работающих и неработающих пенсионеров. С целью анализа различий был применен U Манна-Уитни. На втором этапе с целью описания особенностей экономических аттитюдов у работающих и неработающих пенсионеров проводилась описательная статистика и анализ различий по критерию U Манна-Уитни. На третьем этапе выявлялись особенности факторной структуры экономических аттитюдов у работающих и неработающих пенсионеров.

Факторизация проводилась методом главных компонент, применялся метод вращения варимакс с нормализацией Кайзера. На последнем этапе результаты интерпретировались в контексте научной литературы и российской экономической реальности.

Результаты

На первом этапе исследования с целью оценки общего уровня удовлетворённости пенсионеров своим доходом сравнивались оценки уровня дохода у неработающих пенсионеров и у тех, кто продолжает работать. В табл. 2 приведены результаты сравнения.

Таблица 2

Результаты сравнительного анализа субъективной оценки уровня дохода работающих и неработающих людей пенсионного возраста

Параметры	Средние ранги		U	p
	Работающие пенсионеры	Неработающие пенсионеры		
Субъективный уровень дохода	84,1	84,9	3478	0,9

Результаты сравнения наглядно свидетельствуют о том, что субъективное восприятие уровня собственного дохода у работающих и неработающих людей пенсионного возраста не отличается. И работающие, и неработающие пенсионеры воспринимают свой уровень дохода как достаточно низкий. Однако часть пенсионеров все же предпочитают продолжать работать, несмотря на данное убеждение. Тем интереснее было выявить те причины, которые влияют на такое предпочтение. В контексте нашего исследования выдвинуто предположение, что такой причиной может служить различное отношение людей пенсионного возраста к разным аспектам экономической реальности.

Действительно, результаты сравнения экономических аттитюдов в двух группах пенсионеров показали, что несмотря на то, что работающие и неработающие люди пенсионного возраста субъективно оценивают уровень своего дохода одинаково, у них имеется ряд значимых различий в восприятии экономической реальности (табл. 3).

Таблица 3

Результаты сравнительного анализа
экономических аттитюдов у работающих
и неработающих людей пенсионного возраста

Параметры	Средние ранги		U	P
	Работающие пенсионеры	Неработающие пенсионеры		
1. рациональность покупок	73,6	93,4	2511	0.001
2. стремление к сбережению	74,8	90,7	2650	0.024
3. уверенность в будущем благодаря сбережениям	74,1	92,5	2590	0.014
4. экономические амбиции	88,9	72,1	2559	0.020
5. активность в сфере недвижимости	92,2	71,5	2503	0.003
6. финансовый оптимизм	91,4	72,4	2573	0.004
7. приоритет заработка перед работой по призванию	92,8	71,5	2508	0.004
8. значимость финансового статуса	91,5	73,2	2634	0.012

Работающие пенсионеры готовы и считают нужным проявлять активность в сфере недвижимости, они интересуются ценами на недвижимость, даже если не планируют в ближайшее время ничего покупать. Для них в большей степени характерен финансовый оптимизм, у них есть уверенность в том, что уровень их дохода в ближайшем будущем возрастет. Для работающих людей пенсионного возраста приоритетным является достойная заработная плата. Залог благополучия, с их точки зрения, найти хорошо оплачиваемую работу, даже если она не является твоим призванием. Для пенсионеров, которые заняты трудовой деятельностью, очень важно иметь статус обеспеченного человека.

Неработающие пенсионеры считают важным делать покупки осознанно и рационально. Для них более важно откладывать средства на будущее. Они в большей степени согласны с утверждением, что каждый человек независимо от своего уровня дохода должен регулярно делать сбережения на будущее. Вероятно, именно сбережения являются для них гарантом уверенности в завтрашнем дне.

Далее для уточнения результатов сравнительного анализа были проанализированы описательные статистики в обеих группах.

Описательная статистика (анализ средне выборочных значений) демонстрирует, что работающие и неработающие пенсионеры одинаково высоко ценят самостоятельность экономических достижений, осознают иррациональность потребительского поведения (считают, что большинство товаров и услуг навязано нам рекламой и модой). Также люди пенсионного возраста, вне зависимости от их трудовой деятельности, испытывают неоднозначные чувства к предпринимателям, проявляют умеренную активность и рациональность в банковской сфере и считают, что сохранить здоровье важнее, чем заработать. Анализ описательной статистики позволяет дополнить особенности восприятия экономической реальности пенсионерами. Как работающие, так и неработающие пенсионеры отрицательно относятся к кредитам, но люди

работающие относятся к ним более лояльно. Работающие люди пенсионного возраста более склонны считать, что благотворительность (пожертвование средств) – это неотъемлемая часть богатства. Неработающие пенсионеры оценивают свою инвестиционную грамотность выше, у них выше степень недоверия банкам, чем у работающих. Пенсионеры оценивают свою потребительскую активность как среднюю, но у работающих людей она выше.

Люди пенсионного возраста оценили свою финансовую грамотность ниже среднего, тем не менее, неработающие пенсионеры оценивают свою финансовую грамотность выше, чем работающие. Собственную познавательную экономическую активность пенсионеры оценивают ниже среднего, хотя работающие пенсионеры считают себя активнее. Люди пенсионного возраста оценили свою готовность инвестировать и брать кредит ниже среднего, тем не менее, у работающих пенсионеров стремление инвестировать свои сбережения и делать крупные покупки в кредит несколько выше, чем у неработающих.

На следующем этапе для выявления структуры экономических аттитюдов у работающих и неработающих пенсионеров был проведен эксплораторный факторный анализ (табл. 4, 5).

Таблица 4

Результаты факторного анализа
экономических аттитюдов
в группе работающих пенсионеров

Параметры	Факторы			
	1	2	3	4
финансовая грамотность	,643			
уверенность в будущем благодаря сбережениям	,631		,501	
стремление к сбережению	,622			
инвестиционная неграмотность	-,589			
активность, рациональность в банковской сфере	,555			
недоверие к банкам, иррациональность	-,493			
потребительская активность	,454	,446		
негатив к предпринимателям	-,409			
значимость финансового статуса		,793		
экономические амбиции		,753		
приоритет заработка перед работой по призванию		,559		
познавательная экономическая активность		,524		
ценность самостоятельных экономических достижений		,480		
активность в сфере недвижимости		,468		
рациональность покупок			,794	
потребительское удовлетворение			,761	
избегание долгов			-,567	
финансовый оптимизм			,563	,427
предпочтение покупок в кредит			,457	

осознание потребительской иррациональности				-,653
готовность инвестировать				,518
приоритет заработка перед здоровьем				,511
социальная ответственность богатства				,484
Доля объяснимой дисперсии, %	19,76	11,41	9,64	6,78

В группе работающих пенсионеров факторный анализ позволил выделить 4 фактора в структуре экономических аттитудов, объясняющих 47,6% общей дисперсии. Все показатели вошли в факторную структуру с коэффициентами более 0,4, при этом 3 показателя вошли одновременно в два фактора.

В первом факторе «Сбережения на основе финансовой грамотности» определяющими показателями являются стремление к сбережению и финансовая грамотность. Помимо этого, в него входят положительное отношение к предпринимателям и банкам, активность в потребительской и банковской сфере. Можно предположить, что этот фактор отражает позитивно и активно настроенных в экономических вопросах пенсионеров, опирающихся на знания финансовых законов, они ориентируются на рынке и регулярно делают сбережения.

Во втором факторе «Экономическая активность, вызванная значимостью финансового статуса» доминируют значимость финансового статуса и экономические амбиции. К ним присоединяются такие показатели, как приоритет заработка перед призванием, познавательная экономическая активность, ценность самостоятельных экономических достижений, активность в сфере недвижимости и потребительская активность. Можно предположить, что данный фактор отражает тип работающего пенсионера, для которого важно сохранить (не потерять) свой финансовый статус, поскольку он гордится своими финансовыми достижениями, для него это важный ценностный фактор. С этой целью они проявляют высокую активность

в экономической сфере, стремятся получать новые знания, быть в курсе событий на рынке. Скорее всего, эти пенсионеры идут работать для того, чтобы поддерживать свой материальный статус на достаточно высоком уровне.

Третий фактор – «Ориентация на потребление» – объясняет в большей степени потребительское поведение работающих пенсионеров. В него вошли показатели: рациональность покупок, потребительское удовлетворение, финансовый оптимизм, предпочтение покупок в кредит, уверенность в будущем благодаря сбережениям и избегание долгов (с отрицательным знаком). Скорее всего, данный фактор отражает тип работающих пенсионеров, которые получают удовольствие от возможности тратить деньги по своему желанию, покупая предпочитаемые вещи. Причем эта категория пенсионеров достаточно положительно относится к покупкам в кредит, обладая, с одной стороны, оптимизмом, а с другой, рациональностью в принятии решений и определёнными сбережениями.

Четвертый фактор – «Позитивные чувства и установки в экономической сфере» – оказался наиболее сложным в интерпретации, поскольку доминирующим в нем выступает осознание потребительской иррациональности (с отрицательным знаком). К этому показателю примыкает готовность инвестировать, приоритет заработка перед здоровьем, осознание социальной ответственности богатства и финансовый оптимизм. Вероятно, данный фактор отражает в целом позитивное отношение работающих пенсионеров к экономическим реалиям, вплоть до готовности инвестировать. Однако такая готовность не подкреплена финансовыми знаниями или рациональностью (как в первом и в третьем факторах), а основана лишь на убеждениях и эмоциях.

Таблица 5

Результаты факторного анализа экономических аттитюдов
в группе неработающих пенсионеров

Параметры	Факторы			
	1	2	3	4
финансовый оптимизм	,737			
приоритет заработка перед здоровьем	,694			
экономические амбиции	,675			
приоритет заработка перед призванием	,659			
активность, рациональность в банковской сфере	,582	,413		
готовность инвестировать	,576			
активность в сфере недвижимости	,501			
значимость финансового статуса	,445			
негатив к предпринимателям				
социальная ответственность богатства				
познавательная экономическая активность		,730		
уверенность в будущем благодаря сбережениям		,697		
потребительское удовлетворение		,645		
потребительская активность		,604		
финансовая грамотность		,551		
ценность самостоятельных экономических достижений		,466		
инвестиционная неграмотность			,674	
осознание потребительской иррациональности			,584	
избегание долгов			,536	

предпочтение кредитам				
рациональность покупок				,682
стремление к сбережению				,613
недоверие к банкам, иррациональность				-,519
Доля объяснимой дисперсии, %	16,47	11,10	7,9	7,74

Факторный анализ позволил выделить 4 фактора в структуре экономических аттитудов у неработающих пенсионеров, однако показатели объединились в факторы по- другому в сравнении с группой работающих пенсионеров. Примечательно, что показатели негативного отношения к предпринимателям, осознание социальной ответственности богатства и предпочтение делать дорогие покупки в кредит не вошли в факторную структуру с высокими показателями.

Первый фактор – «Финансовый оптимизм, материализм и экономическая активность» – объединяет показатели: финансовый оптимизм, приоритет заработка перед здоровьем и призванием, экономические амбиции, активность и рациональность в банковской сфере, готовность инвестировать, активность в сфере недвижимости и значимость финансового статуса. Психологическое содержание данного фактора можно обозначить как тип неработающего пенсионера, для которого материальные ценности (деньги) имеют важное значение так же, как и собственный финансовый статус. Эти люди проявляют достаточную активность в экономической сфере вплоть до готовности инвестировать и полны оптимизма. Возможно, данный фактор отражает ту совокупность неработающих пенсионеров, которые сумели сохранить высокий финансовый уровень (например, высокий размер пенсии) и продолжают жить полноценной жизнью в сфере экономики.

Во втором факторе – «Экономическая активность, обусловленная сбережениями и знаниями» – объединились показатели: познавательная экономическая активность, уверенность в будущем благодаря сбережениям, потребительская активность

и удовлетворённость, финансовая грамотность и ценность самостоятельных экономических достижений. Данный фактор отражает тип неработающих пенсионеров, которые живут полноценной жизнью как потребители, интересуются новостями рынка, поддерживают уровень финансовой грамотности. Возможно, эти люди, не работая официально, предпочитают использовать так называемый «пассивный» доход.

Третий фактор – «Избегание вложений и долгов» – объединяет показатели инвестиционной неграмотности, осознания потребительской иррациональности и стремление избегать долгов. Этот фактор раскрывает тип неработающих пенсионеров, предпочитающих жить скромно, не влезая в долги, рационально оценивающих свое финансовое состояние, а также не стремящихся повышать уровень своей финансовой грамотности.

Наконец, в четвертый фактор – «Рациональность и сберегательное поведение» – вошли показатели: рациональность покупок, стремление к сбережению, а также доверие к банкам. По сути, данный фактор отражает склонность к сберегательному поведению неработающих пенсионеров, сопряженную с рациональностью и ограничениями в сфере личного потребления. Это наиболее неблагоприятный вариант экономического поведения в пенсионном возрасте, приводящий к снижению уровня субъективного благополучия.

Таким образом, результаты факторной структуры экономических аттитюдов на выборках работающих и неработающих пенсионеров подтвердили предположение о различиях в данных структурах. Если работающие пенсионеры выбирают более активную позицию в экономической сфере, готовы зарабатывать и тратить, то неработающие пенсионеры либо живут за счет имеющихся сбережений, либо предпочитают рационально расходовать средства, не брать деньги в долг и делать сбережения, то есть выбирают пассивную роль в экономической жизни. Важным фактором, отличающим работающих пенсионеров от неработающих, является сочетание экономической активности и финансовой грамотности.

Обсуждение

Результаты исследования вносят дополнительные факторы в характеристику процесса эффективного старения (successful aging) [38] в экономической сфере. Можно говорить о том, что для эффективного старения необходимо иметь позитивные аттитюды в сфере экономики, например, формировать финансовую грамотность и накапливать сбережения. Фактор выбора работы также имеет важное значение для эффективного старения: люди, продолжающие работать на пенсии, имеют более высокие показатели удовлетворённости в сфере потребления.

Кроме того, результаты исследования расширяют представление о мотивах сотрудников позднего возраста продолжать работу [28, 29, 19]. Они косвенно свидетельствуют о том, что не только характеристики, связанные с самой работой, могут влиять на готовность оставаться в компании, но и внешние факторы (умение ориентироваться на рынке, управлять финансами), а также личностные особенности (например, значимость финансового статуса, экономические амбиции).

Результаты исследования согласуются с рядом более ранних работ о том, что трудоустройство положительно влияет на самочувствие пожилых людей [32].

Относительно новым фактом стало выявленное различие в структурах экономических аттитюдов у работающих и неработающих пенсионеров. Данный факт позволяет расширить представление об экономическом сознании в позднем возрасте.

Заключение

Таким образом, результаты исследования позволяют говорить о различных стратегиях поздней экономической адаптации: связанной с активной позицией на рынке (инвестирование, потребление, кредитование) и с позицией сохранения средств (сбережения, рациональное потребление), что находит подтверждение в исследованиях других авторов. Предлагаются пути продолжения исследования, в частности, выявление социальных, экономических, психологических факторов, влияющих на выбор типа поздней экономической адаптации.

Исследование ставит новые вопросы. Например, почему одинаково оценивая уровень своего дохода, одни пенсионеры идут работать, а другие нет. Вероятно, есть некий фактор (личностный или социальный), который является медиатором, опосредующим отношение к экономическим реалиям и определяющим готовность работать на пенсии.

В целом, более точное понимание отличий в восприятии экономической реальности работающими и неработающими пенсионерами, с одной стороны, позволит выработать специфические методы работы с данной категорией граждан со стороны государства, с другой стороны, работодателям, имеющим сотрудников данной возрастной группы, учитывая их особенности отношения к экономическим реалиям, выработать пути более эффективного взаимодействия с ними.

Благодарность

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-013-00447 А

Авторы статьи выражают глубокую благодарность государственному стационарному учреждению социального обслуживания «Челябинский геронтологический центр», МБУ «КЦ-СОН по Калининскому району г. Челябинска», ООО «Челябинская художественная фабрика «Брегет» за поддержку и помощь при сборе эмпирического материала для написания статьи.

Acknowledgements

The study was supported by RFBR, project № 19-013- 00447 А

The authors express profound gratitude to the state stationary organizations of social service «Chelyabinsk gerontological center», MBU «KTsSON of Kalininsky District of Chelyabinsk», ООО «Chelyabinsk Art Factory «Breget» for support and help in collecting the empirical data.

Литература

1. The papers of the Royal Commission on Population 1949. Available from: <https://ru.scribd.com/document/24370606/1949-Royal-Commission-on-Population> (дата обращения 12.01.2019)
2. *Mincer J., Solomon P.* Family Investments in Human Capital: Earnings of Women // *Journal of Political Economy*. 1974. 82(2) Part 2, P. 76-108.
3. *Гонтмахер Е.* Проблема старения населения в России [Электронный доступ] // *Мировая экономика и международные отношения*. 2012. №. 1. 22-29. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2012/0511/analit03.php>. (дата обращения: 04.01.2019).
4. *Ерохин Н. А.* Старение населения в России как политическая проблема. В кн.: *Вестник Московского областного государственного университета (электронный журнал)*, 2018, №. 2. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 04.01.2019).
5. *Гринин Л.Е., Коротаев А.В.* Глобальное старение населения, шестой технологический уклад и мировая финансовая система // *Кондратьевские волны*. No. 4, 2015, с. 107-132.
6. *Bakshi G.S., Chen Z.* Baby boom, population aging, and capital markets // *Journal of business*. 67(2): 1994, p. 163-202.
7. *McInish T.H., Ramaswami S.N., Srivastava R.K.* Do more risk-averse investors have lower net worth and income? // *The financial review*, 28(1), 1983, p. 91- 106.
8. *Morin R.A., Suarez A.F.* Risk aversion revisited // *The journal of finance*. 38(4): 1983, p. 1201-1216.
10. *Michnevich K.* The effects of ageing on household consumption in Central and Eastern Europe // *Economy & business journal*. 10, 1: 2016, p. 273-287.
10. *Третьякова В.С., Шилова С.Н.* Механизмы социализации пожилого человека // *Стратегии устойчивого развития регионов России*. 2012. №. 9.
11. *Саляева А.Р.* Геронтофобия как социальная проблема современного российского общества // *Бюллетень медицинских Интернет-конференций (ISSN 2224-6150) Том 3. №. 2, 2013.*

12. *Елютина М.Э., Болотов Г.И.* Повседневная жизнь пожилой семьи: стратегия планирования и жесткой экономии ресурсов // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2017. №. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povsednevnyaya-zhizn-pozhiloy-semi-strategiya-planirovaniya-i-zhestkoy-ekonomii-resursov> (дата обращения: 31.01.2019).
13. *Sanderson W.C., Scherbov S.* New approaches to the conceptualization and measurement of age and aging // Journal of aging and health. 28(7): p. 1159-1177.
14. *Cumming E., Henry W.* Growing old: the process of disengagement. New York: Basic Books. 310 p.
15. *Havighurst R.J., Albrecht R.E.* Older people. New York: Longmans & Green. 415 p.
16. *Butler R.N.* Age-ism: another form of bigotry // The gerontologist. 9, 4, pt. 1: 1969, p. 243-246.
17. *Jackson R., Howe N.* The graying of the great powers. Demography and geopolitics in the 21st century. Washington, DC: Center for Strategic International Studies (CSIS), 2008, p. 224.
18. *Nelson T.D.* The age of ageism // Journal of social issues. 72, 1: 2016, p. 191-198.
19. *Palmore E.B.* Older can be bolder. New York, NY: Create Space and Kindle, 2011.
20. *Drydakis N., MacDonald P., Chiotis V., Somers L.* Age discrimination in the UK labour market. Does race moderate ageism? An experimental investigation // Applied economics letters, 2017, p. 1-4.
21. *King S.P., Bryant F.B.* The Workplace intergenerational climate scale (WICS): a self-report instrument measuring ageism in the workplace // Journal of Organizational behavior. 38, 1: 2017, p. 124-151.
22. *Писарев А.В.* Ценностные предпочтения пожилого населения и оценка их потенциала российским обществом. М.: Российская академия наук, Институт социально-политических исследований. 2005. 22 с.

23. *Краснова О.В.* Порождение заблуждений: пожилые люди и старость // Отечественные записки. 3. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/3/porozhdenie-zabluzhdeniy-pozhilye-lyudi-i-starost> (дата обращения: 11.01.2018)
24. *Кравчук П.Ф., Шкарина Ю.Ю.* Особенности социальных взаимоотношений между пожилыми людьми и молодежью в современном российском обществе // Вопросы культурологии. 2007. 39-42.
25. *Смолькин А.А.* Трудовой потенциал пожилых людей // Социологические исследования. 2014. No. 5. 97-103.
26. *Смолькин А.А.* Межпоколенческие конфликты в повседневной жизни // Социологические исследования. 2010. No. 11. 110-114.
27. *Смирнова Т.В.* Пожилые люди: стереотипный образ и социальная дистанция // Социологические исследования. 2008. No. 8. 49-55.
28. *Froehlich D.E., Beausaert, S., Segers M.* Aging and the motivation to stay employable. *Journal of managerial psychology*, 31, 3, 2016, p. 756-770. DOI: 10.1108/JMP-08-2014-0224
29. *Oostrom J.K., Pennings M., Bal P.M.* How do idiosyncratic deals contribute to the employability of older workers? *Career development international*, 21, 2, 2016, 176-192. DOI: 10.1108/CDI-08-2015-0112
30. *Thielgen M.M., Krumm S., Rauschenbach C., Hertel G.* Older but wiser: Age moderates congruency effects between implicit and explicit motives on job satisfaction. *Motivation and emotion*, 39, 2, 2015, p.182-200. DOI: 10.1007/s11031-014-9448-8
31. *Topa G., Valero E.* Preparing for retirement: how self-efficacy and resource threats contribute to retirees' satisfaction, depression, and losses. *European journal of work and organizational psychology*, 26 (6), 2017, p. 811-827. DOI: 10.1080/1359432X.2017.1375910
32. *Hennekam S.* Thriving of older workers. *Personnel review*. 46, 2, 2017, p. 297-313. DOI: 10.1108/PR-07-2015-0195

33. *Topa G., Lunceford G., Boyatzis R.E.* Financial Planning for Retirement: A Psychosocial Perspective. *Frontiers in psychology*, 8, 2018, 2338. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.02338
34. *Рогозин Д.М.* Либерализация старения, или труд, знания и здоровье в старшем возрасте // *Социологический журнал*. 2012. No. 4. с. 62-93.
35. *Alders P.* Family ties in an aging world. Causes and consequences of fertility shifts. Rotterdam: Erasmus univ. Amsterdam: Thela-thesis, 1999, p. 186.
36. *Дейнека О.С., Забелина Е.В.* Многофакторная анкета для экспресс-диагностики экономических установок: результаты разработки (электронный журнал) // *Психологические исследования*, 2018 (58), 9. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения 25.01.18)
37. *Дейнека О.С.* Экономическая психология: социально-политические проблемы. СПб.: СПбГУ. 1999

References

1. The papers of the Royal Commission on Population 1949. Available from: <https://ru.scribd.com/document/24370606/1949-Royal-Commission-on-Population> (12.01.2019)
2. Mincer J., Solomon P. Family Investments in Human Capital: Earnings of Women // *Journal of Political Economy*. 1974. 82(2) Part 2, P. 76-108.
3. Gontmakher E. Problema stareniya naseleniya v Rossii [Problem of aging of the population in Russia (In Russ.)] // *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya* [World economy and international relations], 2012, No. 1, p. 22-29. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2012/0511/analit03.php>. (04.01.2019).
4. Erokhin NA. Aging of the population in Russia as a political problem. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2018, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru (04.01.2019).
5. Grinin LE., Korotaev AV. Global'noe starenie naseleniya, shestoi tekhnologicheskii ukklad i mirovaya finansovaya

- Sistema [Global aging of the population, the sixth technological way and world financial system (In Russ.)]. Kondrat'evskie volny [Kondratyevsky waves]. 2015, No. 4, p. 107-132.
6. Bakshi GS., Chen Z. Baby boom, population aging, and capital markets // Journal of business. 1994, 67(2): 163-202.
 7. McInish TH., Ramaswami SN., Srivastava RK. Do more risk-averse investors have lower net worth and income? // The financial review. 1983, 28(1): 91-106.
 8. Morin RA., Suarez AF. Risk aversion revisited // The journal of finance. 1983, 38(4): 1201-1216.
 9. Michnevic K. The effects of ageing on household consumption in Central and Eastern Europe // Economy & business journal. 2016, 10, 1: 273-287.
 10. Tret'yakova VS., Shilova SN. Mekhanizmy sotsializatsii pozhilogo cheloveka [Mechanisms of socialization of the elderly person (In Russ.)] // Strategii ustoichivogo razvitiya regionov Rossii [Strategies of sustainable development of Russian regions]. 2012. No. 9.
 11. Salyaeva AR. Gerontofobiya kak sotsial'naya problema sovremennogo rossiiskogo obshchestva [Gerontophobia as a social problem of modern Russian society (In Russ.)] // Byulleten' meditsinskikh Internet-konferentsii [Bulletin of medical Internet conferences]. 2013, Том 3, No. 2.
 12. Elyutina ME., Bolotov GI. Povsednevnyaya zhizn' pozhiloi sem'i: strategiya planirovaniya i zhestkoi ekonomii resursov [Everyday life of elderly family: strategy of planning and austerity of resources (In Russ.)] // Izv. Sarat. un-ta. Ser. Sotsiologiya. Politologiya. [News of the Saratov University. Sociology. Political science]. 2017, No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povsednevnyaya-zhizn-pozhiloy-semi-strategiya-planirovaniya-i-zhestkoy-ekonomii-resursov> (31.01.2019).
 13. Sanderson WC., Scherbov S. New approaches to the conceptualization and measurement of age and aging // Journal of aging and health. 28(7), 2016, p.1159-1177.

14. Cumming E., Henry W. Growing old: the process of disengagement. New York: Basic Books. 1961, p. 310 .
15. Havighurst RJ., Albrecht RE. Older people. New York: Longmans & Green, 1953, 415 p. 14.
16. Butler RN. Age-ism: another form of bigotry // The gerontologist. 9, 4, pt. 1, 1969, p.243-246.
17. Jackson R., Howe N. The graying of the great powers. Demography and geopolitics in the 21st century. Washington, DC: Center for Strategic International Studies (CSIS). 2008, p. 224.
18. Nelson TD. The age of ageism // Journal of social issues. 72, 1: 2016, p.191-198.
19. Palmore EB. Older can be bolder. New York, NY: CreateSpace and Kindle, 2011. 20.
20. Drydak N., MacDonald P., Chiotis V., Somers L. Age discrimination in the UK labour market. Does race moderate ageism? An experimental investigation // Applied economics letters: 2017, p. 1-4.
21. King SP., Bryant FB. The Workplace intergenerational climate scale (WICS): a self-report instrument measuring ageism in the workplace // Journal of Organizational behavior. 38, 1, 2017, p. 124-151.
22. Pisarev AV. Tsennostnye predpochteniya pozhilogo naseleniya i otsenka ikh potentsiala rossiiskim obshchestvom [Valuable preferences of the elderly population and assessment of their potential in Russian society (In Russ.)]. Moscow: Rossiiskaya akademiya nauk, Institut sotsial'no-politicheskikh issledovaniy, 2005, p. 22
23. Krasnova OV. Porozhdenie zabluzhdenii: pozhilye lyudi i starost' [Generation of delusions: elderly people and old age (In Russ.)] // Otechestvennye zapiski [Domestic notes] 3URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/3/porozhdenie-zabluzhdeniy-pozhilye-lyudi-i-starost> (11.01.2018).
24. Kravchuk PF., Shkarina YuYu. Osobennosti sotsial'nykh vzaimootnoshenii mezhdru pozhilymi lyud'mi i molodezh'yu v sovremennom rossiiskom obshchestve [Features of social

- relationship between elderly people and youth in modern Russian society (In Russ.) // *Voprosy kul'turologi* [Questions of culturologists]. 2007, p. 39-42.
25. Smol'kin AA. Trudovoi potentsial pozhilykh lyudei [Labor potential of elderly people (In Russ.)] // *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological researches]. 2014, No. 5, p. 97-103.
 26. Smol'kin AA. Mezhpokolencheskie konflikty v povsednevnoi zhizni [Intergenerational conflicts in everyday life (In Russ.)] // *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological researches]. 2010, No. 11, p. 110-114.
 27. Smirnova TV. Pozhilye lyudi: stereotipnyi obraz i sotsial'naya distantsiya [Elderly people: stereotypic image and social distance (In Russ.)] // *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological researches]. 2008, No. 8, p. 49-55.
 28. Froehlich DE., Beusaert S., Segers M. Aging and the motivation to stay employable. *Journal of managerial psychology*, 31, 3, 2016, 756-770. DOI: 10.1108/JMP-08-2014-0224
 29. Oostrom JK., Pennings M., Bal PM. How do idiosyncratic deals contribute to the employability of older workers? *Career development international*, 21, 2, 2016, p. 176-192. DOI: 10.1108/CDI-08-2015-0112
 30. Thielgen MM., Krumm S., Rauschenbach C., Hertel G. Older but wiser: Age moderates congruency effects between implicit and explicit motives on job satisfaction. *Motivation and emotion*, 39, 2, 2015 p. 182-200. DOI: 10.1007/s11031-014-9448-8
 31. Topa G., Valero E. Preparing for retirement: how self- efficacy and resource threats contribute to retirees' satisfaction, depression, and losses. *European journal of work and organizational psychology*, 26 (6), 2017, p. 811-827. DOI: 10.1080/1359432X.2017.1375910
 32. Hennekam S. Thriving of older workers. *Personnel review*. 46, 2, 2017, p. 297-313. DOI: 10.1108/PR-07-2015-0195
 33. Topa G., Lunceford G., Boyatzis RE. Financial Planning for Retirement: A Psychosocial Perspective. *Frontiers in psychology*, 8, 2018, p. 23-38. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.02338

34. Rogozin DM. Liberalizatsiya stareniya, ili trud, znaniya i zdorov'e v starshem vozraste [Aging liberalization, or work, knowledge and health at advanced age (In Russ.)] // Sotsiologicheskii zhurnal [Sociological magazine]. 2012, No. 4, p. 62-93.
35. Alders P. Family ties in an aging world. Causes and consequences of fertility shifts. Rotterdam: Erasmus univ. Amsterdam: Thela-thesis, 1999, p. 186
36. Deyneka OS., Zabelina EV. Multiple-factorial questionnaire for the express diagnostics of economic attitudes: the results of the development. Psikhologicheskie Issledovaniya (e-journal). 11 (58), 9, 2018. Available from: <http://psystudy.ru> (25.01.18)
37. Deyneka OS., Ekonomicheskaya psihologiya: social'no-politicheskie problemy [Economical psychology: social-and-political problems(In Russ.)], Saint Petersburg: SPbGU, publ., 1999.

Информация об авторах

Юлия В. Честюнина, кандидат психологических наук, доцент, Челябинский государственный университет, ул. Братьев Кашириных, д.129, 454001 Челябинск, Россия; butterfly61@yandex.ru

Екатерина В. Забелина, кандидат психологических наук, доцент Челябинский государственный университет, ул. Братьев Кашириных, д.129, 454001 Челябинск, Россия; katya_k@mail.ru

Ирина А. Трушина, кандидат педагогических наук, Челябинский государственный университет, ул. Братьев Кашириных, д.129, 454001 Челябинск, Россия; trushina_ia@mail.ru

Екатерина В. Веденева, кандидат психологических наук, доцент, Челябинский государственный университет, ул. Братьев Кашириных, д.129, 454001 Челябинск, Россия; kotia2882@mail.ru

Алена Г. Лисичкина, ассоциированный член Психологический институт Российской академии образования, ул. Моховая, д. 9, строение 4125009, г. Москва, Россия; al1975@spartak.ru

Information about the author

YuLia V. Chestyunina, PhD in Psychology, associate professor, Chelyabinsk State University, ul. Brat'ev Kashirinykh, 129, 454001 Chelyabinsk, Russia; butterfly61@yandex.ru

Ekaterina V. Zabelina, PhD in Psychology, associate professor, Chelyabinsk State University, ul. Brat'ev Kashirinykh, 129, 454001 Chelyabinsk, Russia; katya_k@mail.ru

Irina A. Trushina, PhD in Pedagogics, Chelyabinsk State University, ul. Brat'ev Kashirinykh, 129, 454001 Chelyabinsk, Russia; trushina_ia.ru

Ekaterina V. Vedeneeva, PhD in Psychology, associate professor, Chelyabinsk State University, Br. Kachyrinykh str., 129, 454001, Chelyabinsk, Russia; kotia2882@mail.ru

Alyona G. Lisichkina, the associated member Psychological institute of the Russian Academy of Education, Mokhovaya St., 9,

УДК159.9

DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-157-167

Ценности родительско-детских отношений девиантных подростков

Евгения Э. Кригер

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, bach-ev@mail.ru*

Елена В. Бахадова

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, bach-ev@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматривается ценностный фактор родительско-детских отношений как одна из существенных предпосылок формирования личностного развития подростка и его социализации, так как в семье закладываются основы норм морали, культуры, традиций и поведения подрастающего поколения. Возникают Родительско-детские отношения возникают под влиянием определенных стилей воспитания, родительских позиций, принятых в семье, и формируют установки и ожидания, ценностные ориентации и мотивы поведения подростков в процессе их роста и воспитания, что в совокупности, в конечном итоге, определяет дальнейшее социальное, психологическое, духовное благополучие младшего поколения либо отклонения в его поведении, проявляющиеся в девиантности и даже делинквентности. Теоретический анализ отечественных и зарубежных источников позволил обосновать принципы эмпирического исследования родителей и подростков, изучить отношения старшего поколения к своему родительству, а также провести оценку внутрисемейных отношений со стороны ребенка и ценностных ориентаций родителей и подростков, что позволило определить для обеих (двусторонних) позиций их общее ценностное основание. Результатом исследования стало выделение

© Кригер Е.Э., Бахадова Е.В., 2019

ценностного поля благополучных и девиантных подростков и их родителей.

Ключевые слова: родительско-детские отношения, сознательное родительство, ценностные ориентации, ценностный фактор, ценностное поле, девиантное поведение

Для цитирования: Кригер Е.Э., Бахадова Е.В. Ценности родительско-детских отношений девиантных подростков // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019. № 2. С. 157–167. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-157-167.

Values of parent and child relations deviant adolescents

Evgenia E. Kriger

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
ekrig@yandex.ru*

Elena V. Bakhadova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
bach-ev@mail.ru*

Abstract. A value factor in the parent-child relationship is considered in the article as one of the essential prerequisites for the formation of personality development of the adolescent, because in the family is laid the foundation of morality, culture, traditions and behavior. Attitudes and expectations, value orientations and motives of behavior of adolescents are formed in the process of their growth and upbringing in the family, which determine their social, psychological well-being or deviance behavior. Analysis of domestic and foreign theoretical sources allowed to justify the empirical study of parents and adolescents, to study the relationship of the older generation to their parents, to assess intra-family relations on the part of the child and the value orientations of parents and adolescents, to determine their common value basis of bilateral positions. The result of the study was the allocation of the value field of prosperous and deviant adolescents and their parents.

Keywords: child-parent relationships, conscious parenting, value orientation, value factor, the value field, deviant behavior

For citation: Kriger EE., Bakhadova EV. Values of parent and child relations deviant adolescents. *RSUH/RGGU Bulletin. "Psychology. Pedagogics. Education" Series.* 2019;1:157-67. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-1-157-167.

Э. Эриксон подчеркивал, что подростковый возраст является одним из важнейших периодом онтогенеза [1]. Складывающийся тип родительско-детских отношений проявляется в стилях воспитания, в родительских позициях, эмоциональных связях О.А. Карабанова [2]. От отношений с ближайшим окружением зависят успехи и [3, 4].

К сожалению, сегодня многие родители перекладывают воспитательную функцию семьи на другие институты или других людей [5]. Многие авторы указывают на то, что девиантное поведение практически во всех случаях – это результат проблем в семейных и детско-родительских отношениях [6–10].

Несмотря на то, что большое количество зарубежных и отечественных исследований посвящено изучению влияния семьи на социализацию подростков, исследований ценностного поля родительско-детских отношений совсем немного.

Нами предпринята попытка эмпирического исследования родителей, их сознательного отношения к своему родительству, а также оценки внутрисемейных отношений подростком и ценностных ориентаций как родителей, так и подростков.

Целью исследования стало выявление ценностного фактора, включающего в себя ценностное поле детей и родителей девиантных и благополучных подростков.

Определение «ценностного поля» было предложено американским психологом В. МакГвайром [11]. Оно обозначает тот репертуар ценностей, который значим для человека или круга людей, или конкретной социальной среды, и определяет, что

ценностное отношение всегда сопряжено с непосредственными переживаниями личности и эмоционально окрашено. По мнению Баевой Л.В. [12], ценностный фактор – соединяет в себе разные способности человека или совокупности индивидов, выражающий субъективно-значимое стремление к осуществлению определенной цели.

Овчарова Р.В. выделила семь компонентов родительства [13]. В нашем исследовании нам были интересны такие показатели сознательного родительства, как семейные ценности и родительская ответственность, родительские чувства, которые выступают как ценностный фактор родительско-детских отношений.

Мы предположили, что в основе детско-родительских отношений в семьях девиантных и благополучных подростков будут лежать разные уровни ценностного фактора родительства и различные ценностные ориентации. Для проверки нашей гипотезы было проведено пилотное исследование, в котором приняли участие 52 родителя (в основном – матери) и 52 подростка, в их число вошли: 26 девиантных подростков 15–17 лет, состоящие на внутришкольном учете и на учете в полиции за различные нарушения общественного порядка или правонарушения (употребление алкоголя, хулиганство, кражи), и 26 благополучных подростков, того же возраста (15–17 лет) из Москвы и Московской области.

В исследовании выявлялись и анализировались:

- ценностные ориентации, в частности, ценность семьи для родителей и детей;
- осознанность родительских позиций родителями благополучных и девиантных подростков.
- восприятие подростками их семейных отношений, значение авторитета родителей и сверстников.

В качестве психодиагностического материала были использованы: Методика «Ценностные ориентации» М. Рокича, Опросник «Сознательное родительство» Р.В. Овчаровой, анкета «Характер внутрисемейных отношений» для подростков.

Интерпретация полученных результатов была проведена с помощью непараметрического критерия «U» Манна-Уитни; для определения значимости различий и выраженности изучаемых переменных в сравниваемых выборках « χ^2 » – критерий Пирсона – для определения значимости частоты встречаемости признака в сравниваемых выборках.

Анализ показателей осознанного отношения к своей родительской роли родителей благополучных и девиантных подростков позволил увидеть, что практически все показатели у родителей благополучных подростков значимо выше ($p < 0,05$) таких показателей у родителей девиантных подростков, кроме фактора «Родительские установки». Наибольший разрыв наблюдается в показателях «Родительские чувства» (5,8 баллов по средним значениям, что говорит о высоком уровне принятия ребенка), «Семейные ценности» (5, 7), «Родительское отношение» (5,4 балла).

Анализируя ответы подростков, касающиеся авторитета родителей, родных, братьев и сестер, а также друзей, мы получили значимые результаты которые показывают, что родители благополучных подростков пользуются авторитетом в более значительной степени, нежели у девиантных подростков (средний балл 17,4 из 20 возможных ($p < 0,001$)).

Авторитет матери у благополучных подростков выше всех остальных показателей, за ним следует авторитет друга, что для старшего подросткового возраста вполне закономерно. Значимых различий между «авторитетом друга» у благополучных и девиантных подростков не наблюдается.

Рейтинг же друга для девиантных подростков является самым высоким в их отношениях с родными и знакомыми. За ним следует авторитет матери, бабушки (значимых женщин), затем братьев и сестер, на низком уровне представлен авторитет значимых мужчин – отца и дедушки, в чем мы видим расхождение с подростками из благополучных семей.

Таблица 1

Таблица различий средних показателей характера внутрисемейных отношений благополучных и девиантных подростков

Группа	Авторитет родителей	Мать	Отец	Бабушка	Дедушка	Брат	Сестра	Родств	Друг
Благополучные подростки	17,4***	10,5***	7,3**	7,3	5,5**	1,5	2,2	6,4**	9,3
Девиантные подростки	7,5***	5,4***	3,0**	4,9	1,9**	4,0	3,5	4,2**	8,5

(статистически значимые различия U-критерия обозначены *** при $p \leq 0,001$, ** $p \leq 0,01$ и * $p \leq 0,05$)

Из представленных в таблице 1 данных мы делаем вывод, что для благополучных подростков авторитет семьи значителен (мать, отец, бабушка) наряду с авторитетом друзей. У девиантных подростков наибольшим авторитетом пользуются друзья, тогда как общение с близкими людьми и их авторитет уходит на второй план.

Исследование ценностного поля подростков и их родителей проводилось с помощью методики «Ценностные ориентации» М. Рокича.

На вершине иерархии ценностей у родителей благополучных подростков стоят «счастье в семье» (2 балла), «здоровье» (4,2 балла), «любовь» (5,1 балл), причем высота ранга и частота выбора значительна.

У родителей девиантных подростков наблюдается больший разброс данных по всей группе. Высшей ценностью в иерархии выступает «любовь» (4,8 баллов), «интересная работа» (5,3 баллов) и только на третьем месте «счастье в семье» (5,4 балла), затем «материальная жизнь» (6,1 балл) и «здоровье» (6,2 баллов). Только двое родителей девиантных подростков

дали высший рейтинг по показателю «счастье в семье», тогда как среди благополучных родителей наивысшим рангом его выбрали 10 человек.

Средняя и нижняя иерархическая группа ценностей у родителей подростков подвижна, но все же очень близка для обеих выборок.

Процедура определения значимости различий и выраженности изучаемых переменных в сравниваемых выборках с помощью « χ^2 » критерия Пирсона, не показала значимости частоты встречаемости признака (семейные ценности) в сравниваемых выборках и родителей, и детей.

В группе подростков совсем иначе выстроилась иерархия ценностных ориентаций. Так, наивысший ранг у благополучных подростков заняли «любовь» (5,8 баллов), «развитие» (7,0 баллов), затем материальная жизнь и творчество (по 7,9 баллов) и только шестым по счету выбрано «счастье в семье» (8,3 баллов).

Девиантные подростки в иерархии ценностей выделили «здоровье» (6,1 балл), «интересную работу» (6,3 балла), активную жизнь» (6,8 баллов), «счастье в семье» (6,9 баллов) и любовь» (7,0 баллов). Причем разброс выбора у девиантных подростков меньше, нежели у благополучных. Представленные данные показывают, что ценность семьи для девиантных подростков гораздо выше, чем для благополучных несовершеннолетних. Такое положение вещей может объясняться тем, что подростки, несмотря на сложные отношения с родителями, непонимание и разногласия, неавторитетность их мнения, вопреки всему, все же признают ценность семьи для своей жизни.

Выводы. Наше предположение о том, что различные уровни ценностного фактора родительства и различные ценностные ориентации будут лежать в основе детско-родительских отношений девиантных и благополучных подростков, оказалось справедливым, однако распределение этих различий оказалось противоположным по своему характеру:

1. Ценностное поле родителей благополучных подростков сосредоточено на ценности «счастья в семье», «здоровье» и «любовь», на осознании семьи как ценности, своей ответственности

за семью и на высоком уровне – принятие ребенка, причем все показатели осознанности родительских позиций значительно выше среднего уровня.

2. Ценностное поле благополучных подростков лежит в области «любви», «личностного развития», «материальных ценностей», «творчества». Такие подростки высоко оценивают авторитет родителей, советуются с ними, однако ценность семейного взаимодействия отходит для них на второй план.

3. Ценностное поле родителей подростков с девиантным поведением, по сути, близко к показателям контрольной группы, но более размыто, ценность семьи выступает в рейтинге на третьем месте, хотя и значимом. Осознанность позиций у этих родителей сильно снижена: значения компонентов «семейные ценности» и «родительские чувства» имеют уровень чуть выше половины возможных показателей и значимо ниже показателей таких же компонентов у родителей контрольной группы.

4. Ценностное поле подростков с девиантным поведением имеет противоречивую структуру. У таких подростков родители не пользуются авторитетом, однако в иерархическом ряду «ценность семьи» для них стоит все-таки выше, нежели для благополучных подростков. Девиантные подростки больше ценят здоровье и семью, возможность активной жизни, чем их сверстники, которые чувствуют себя более защищенными и могут сосредоточиться на творчестве, личностном развитии, любви.

Таким образом, выявление ценностного фактора родительско-детских отношений позволило увидеть, что осознанность родительских позиций, прямопропорциональна авторитету родителей в глазах детей. Находясь под влиянием ценностного поля родителей, которое в своей иерархии направлено на семейные ценности, дети чувствуют свою защищенность и возможность личностного развития, тогда как дети, у родителей которых эти ценности и позиции размываются (и это дети с девиантным поведением), пытаются занять охранительную позицию по отношению к витальным ценностям (здоровье) и ценности семьи.

Литература

1. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; общ. ред. А.В. Толстых. М.: Прогресс, 1996. 86 с.
2. Карabanова О.А. Психология семейных отношений и основы семейного консультирования. Учебное пособие для вузов. М.: Владос Пресс, 2004. 320 с.
3. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения: В 2 т. М.: Педагогика, 1983. 320 с.
4. Выготский Л.С. Психология. М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. 1008 с.
5. Фельдштейн Д.И. Феномен Детства и его место в развитии современного общества // Мир психологии. 2002. № 1. С. 9–20.
6. Ждакаева Е.И. Деструктивные детско-родительские отношения как фактор девиантного поведения подростков // Психопедагогика в правоохранительных органах. М., 2010. № 4. С. 56–59.
7. Клейберг Ю.А. Основы психологии девиантного поведения. М.: ИД Алеф-Пресс, 2014. 384 с.
8. Змановская Е.В. Девиантология. М.: Академия, 2003. 288 с.
9. Березин С.В., Лисецкий К.С., Серебрякова М.Е. Подростковый наркотизм: семейные предпосылки. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2001. 340 с.
10. XVI СЪЕЗД ПСИХИАТРОВ РОССИИ. Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Психиатрия на этапах реформ: проблемы и перспективы», 23–26 сентября 2015 года, г. Казань [Электронный ресурс]: тезисы / под общей редакцией Н.Г. Незнанова. СПб.: Альта Астра, 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://psychiatr.ru/news/469> (дата обращения 22.03.19).
11. МакГвайр В. Ин и Янь прогресса в социальной психологии // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М., 1984. 98 с.
12. Баева Л.В. Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории. Барнаул: Изд-во АГУ, 2004. 278 с.
13. Овчарова Р.В. Психология родительства. М.: Академия, 2007. 368 с.

References

1. Erikson E. Identichnost: yunost' i krizis [Identity: youth and crisis (In Russ.)] Moscow, Progress. Publ. 1996. p. 86.
2. Karabanova OA. Psikhologiya semeinykh otnoshenii i osnovy semeinogo konsul'tirovaniya. [Psychology of family relations and basics of family counseling (In Russ.)] Moscow, Vlados Press, Publ. 2004. p. 320.
3. Leont'ev AN. Izbrannye psikhologicheskie proizvedeniya. [Selected psychological works (In Russ.)] Moscow, Pedagogy, Publ. 1983. p. 320.
4. Vygotskii LS. Psikhologiya. [Psychology (In Russ.)] Moscow, EKSMO-Press, Publ. 2000. p. 1008.
5. Feldshtein DI. Fenomen Detstva i ego mesto v razvitii sovremennogo obshchestva [The phenomenon of Childhood and its place in the development of modern society (In Russ.)] // World of psychology. 2002. № 1. P. 9-20.
6. Zhdakaeva EI. Destruktivnye detsko-roditel'skie otnosheniya kak faktor deviantnogo povedeniya podrostkov [Destructive parent-child relationship as a factor of deviant behavior of adolescents (In Russ.)] // Psychopedagogics in law enforcement. 2010. № 4. P. 56-59.
7. Kleiberg YuA. Osnovy psikhologii deviantnogo povedeniya [Basic psychology of deviant behavior(In Russ.)] Moscow, ID Alef-Press, Publ, 2014. p. 384.
8. Zmanovskaya EV. Deviantologiya [Deviantologi (In Russ.)] Moscow, Academy, Publ, 2003. p. 288.
9. Berezin SV., Lisetskii KS., Serebryakova ME. Podrostkovyi narkotizm: semeinye predposylki [Teenage drug addiction: family background. (In Russ.)] Samara: Samarskii universitet. Publ, 2001. p. 340.
10. XVI S"MM EZD PSIKHIATROV ROSSII. Vserossiiskaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya s mezhdunarodnym uchastiem "Psikhiatriya na etapakh reform: problemy i perspektivy", [All-Russian scientific and practical conference with international participation "Psychiatry at the stages of reforms: problems and prospects", (In Russ.)] September 23-25, 2015, Kazan [Electronic resource]: abstracts / edited by N.D. Dunno. SPb.: Alta Astra, 2015. [Electronic resource.] UR: <https://psychiatr.ru/news/469> (date 22.03.19).

11. McGuire V. In i Yan' progressa v sotsial'noi psikhologii // Sovremennaya zarubezhnaya sotsial'naya psikhologiya. Teksty [Ying and Yan progress in social psychology // Modern foreign social psychology. Texts (In Russ.)]. Moscow, Academy, Publ, 1984. p. 98.
12. Baeva LV. Tsennosti izmenyayushchegosya mira: ekzistentsial'naya aksiologiya istorii. [Values of a changing world: an existential axiology history (In Russ.)] Barnaul: Publishing house of ASU. Publ. 2004. p. 278.
13. Ovcharova RV. Psikhologiya roditel'stva. [Psychology of parenthood. (In Russ.)] Moscow: Academy, Publ, 1984. p. 98.

Информация об авторе

Евгения Э. Кригер, доктор психологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; ekrig@yandex.ru

Елена В. Бахадова, кандидат психологических наук, доцент Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; bach-ev@mail.ru

Information about the author

Evgeniya E. Kriger, Dr. in Psychology, associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125993; ekrig@yandex.ru

Elena V. Bakhadova, PhD in psychology, associate professor Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125993; bach-ev@mail.ru

Корректор *И.В. Попова*

Компьютерная верстка
В.А. Карпук

Подписано в печать 29.05.2019.

Формат 60×90^{1/16}.

Усл. печ. л. 10,5. Уч.-изд. л. 11,0.

Тираж 1050 экз. Заказ № 468

Издательский центр
Российского государственного
гуманитарного университета
125993, Москва, Миусская пл., 6
www.rgggu.ru www.knigirgggu.ru

Журнал «Вестник РГГУ»
Серия «Психология. Педагогика. Образование»
выходит 4 раза в год

Подписка принимается
всеми отделениями связи без ограничений.
Подписной индекс в каталоге «Газеты. Журналы»
ОАО Агентства «Роспечать» – 71129