

Зависимость факторов личной социальной ответственности от личностных характеристик¹

Мужичкова Юлия Евгеньевна

Канд. психол. наук, доцент кафедры «Прикладная психология» Финансового университета

E-mail: muzhichkova@yandex.ru

Статья посвящена исследованию феномена социальной ответственности личности. Рассматривается проблема социальной ответственности предпринимателя. Отмечается противоречивость таких личностных характеристик предпринимателя, как индивидуализм, и запросов со стороны общества в отношении социальной ответственности предпринимательства. Сравниваются российская и западная модели реализации социальной ответственности бизнеса. Социально-экономические и политические условия оказали существенное влияние на развитие предпринимательства в России, что проявляется и в характере реализации социальной ответственности. В работе рассматриваются различные модели личной социальной ответственности, а также модели, показывающие соответствие уровней личной и корпоративной социальной ответственности. Приводятся результаты разработки авторской психодиагностической методики личной социальной ответственности. В процессе разработки методики было выделено четыре фактора, представляющих собой модель личной социальной ответственности. По результатам проведения методики выявлены гендерные различия в способах проявления социальной ответственности. Женщины при принятии решений, связанных с проявлением социальной ответственности, больше ориентированы на чувство долга и моральные обязательства. Для мужчин более характерным является рассмотрение социально ответственного поведения как бесполезного. Изучены взаимосвязи факторов личной социальной ответственности и индивидуально-психологических особенностей личности, а также ценностными ориентациями в профессиональной деятельности. Личная социальная ответственность, основанная на внешних факторах, которые способствуют повышению самооценки, связана с высокой нормативностью, ранимостью. Личная социальная ответственность, основанная на чувстве долга и моральных обязательствах, связана с неуверенностью в себе, склонностью к переживанию чувства вины, ценностью безопасности, потребностью в социальных гарантиях, а ответственность, основанная на получении выгоды в результате социально-ответственного поведения, связана с ориентацией на социальное одобрение. Дистантное отношение к социальной ответственности связано с социальной смелостью, склонностью к риску, стремлением к новизне в работе.

Ключевые слова: альтруизм, гендерные различия, индивидуально-психологические особенности, социальная ответственность, личностные характеристики, модель социальной ответственности, предпринимательство, совесть, социальная ответственность бизнеса, ценностные карьерные ориентации, чувство долга.

The Dependence of the Factors of Personal Social Responsibility by Personal Characteristics²

Muzhichkova Yuliya Evgen'evna

Ph.D. (Psychology), Associate Professor, «Applied psychology» Department, Financial University.

E-mail: muzhichkova@yandex.ru

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

² The study was conducted with the support of the Russian humanitarian scientific Fund (grant No. 12-06-00556а «Psychological and economic mechanisms of social responsibility of Russian business in the financial sector»)

The article is devoted to the study of the phenomenon of social responsibility of the individual. The problem of personal social responsibility of the entrepreneur is considered separately. It is noted that there is inconsistency in some personal characteristics of the entrepreneur, such as individualism, and demands from society in terms of social responsibility of business. The article compares Russian and Western models of social responsibility of business. Socio-economic and political conditions had a significant influence on the development of entrepreneurship in Russia, which is manifested in the character of social responsibility realization. The paper deals with different models of personal social responsibility, as well as models showing consistency of levels of personal and corporate social responsibility. The results of the development of the author's psycho-diagnostic methods of personal social responsibility are specified. In the process of development of the technique there have been identified 4 factors, which represent a model of personal social responsibility. The results of the methods identified gender differences in ways of demonstrating social responsibility. Women in decisions related to the manifestation of social responsibility, focus more on the sense of duty and moral obligation. For men it is more typical to consider socially responsible behavior as useless. The relationship between factors of personal social responsibility and individual psychological characteristics of personality was studied, as well as value orientations in professional activities. Personal social responsibility, based on the external factors that contribute to self-esteem, is associated with high regularity, vulnerability. Personal social responsibility, based on the sense of duty and moral obligations is associated with self-doubt, the tendency to experience feelings of guilt, the value of security, the need for social guarantees. Personal social responsibility, based on receiving the benefits of socially responsible behavior is associated with a focus on social approval. Distant attitude towards social responsibility is associated with social courage, adventurous behavior, desire for novelty in work.

Keywords: personal social responsibility, entrepreneurship, social responsibility of business, social responsibility model, individual psychological characteristics, personal characteristics, altruism, conscience, sense of duty, value career orientation, gender differences.

Сегодня, в период масштабных экономических, политических и социальных изменений, тема социальной ответственности становится особенно актуальной и социально значимой. Отдельный вопрос для изучения — социальная ответственность предпринимательства — понятие, интересующее экономистов, юристов, философов, культурологов, психологов, политологов и представителей других отраслей гуманитарного знания. Прежде всего, это связано с тем, что основной идеей современного российского общества является построение социально ориентированной рыночной экономики во главе с субъектом, чья деятельность носит общественно значимый характер. При этом можно заметить несоответствие между реальной и ожидаемой в ближайшем будущем ролью предпринимателей в процессе преобразования общества.

Как показали результаты предыдущих исследований, противоречивость социальной ответственности предпринимателя связана с тем, что основное свойство последнего — индивидуализм. Свою жизнь и экономическую стратегию предприниматель выстраивает, опираясь на собственные цели и задачи [1, с. 88]. Фактором, усиливающим данную позицию, является основная цель бизнеса — зарабатывание денег. Ответственность перед обществом возникает уже после того, как получена прибыль и выполнены обязательства компании перед акционерами или соучредителями. Накладывают свой отпечаток на осуществление социальной ответственности и российские реалии. Несмотря на то что многие российские корпорации постепенно начали внедрять принципы социальной ответственности в свою производствен-

но-хозяйственную деятельность, чаще всего они используют их исключительно в личных интересах, а не в интересах общества. Социальная ответственность российских предприятий, как правило, формализована. В России, говоря о социальной ответственности бизнеса, в первую очередь подразумевают, что компания работает в правовом поле. Для сравнения: на Западе к социальной ответственности относят те действия, которые бизнес совершает добровольно и сверх законодательных требований.

Тем не менее социально ответственное поведение российских предпринимателей подверглось трансформации за последнее десятилетие. Если обратиться к работам начала двухтысячных годов, можно обнаружить крайне скептическое отношение к возможности российских предпринимателей быть социально ответственными. Поведение молодых российских бизнесменов характеризовалось как социально безответственное. Моральные нормы молодых руководителей формировались в период криминализации страны и ломки традиционных ценностей. Можно предположить, что многие из них мечтали стать предпринимателями, не считаясь с нормами нравственности. Основным мотивом было получение больших и быстрых денег [2, с. 211]. В условиях современного информационного общества и глобальной экономики наблюдаются существенные изменения представлений о социальной ответственности личности. Это связано в первую очередь с разрастанием транснациональных корпораций и увеличением присутствия на российском рынке международных компаний, которые реализуют концепцию социальной ответственности. Существует

Таблица 1

Соотношение личной и корпоративной социальной ответственности

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

также объективная необходимость усиления роли самой социальной ответственности в условиях возрастающих экологических, техногенных, экономических, социальных и других рисков и угроз.

Остается очевидным тот факт, что реализация социальной ответственности компании неразрывно связана с личной социальной ответственностью менеджеров и предпринимателей, которые осуществляют управление бизнесом. Существует ряд исследований, описывающих и сопоставляющих модели личной и корпоративной социальной ответственности. Так, *Roland Benabout* и *Jean Tirole* выделяют мотивы личной социальной ответственности: внутренний альтруизм (основанный на внутренних ценностях); благотворительность как форма налога (поведение, обусловленное внешними мотивами); самооценка как внутренний регулятор социально ответственного поведения (как мы выглядим в глазах других и, что не менее важно, в собственных глазах).

Что касается вопроса о корпоративной социальной ответственности (КСО), авторы выделяют три понимания КСО: социальная ответственность как долгосрочная перспектива увеличения прибыли (выигрыш — выигрыш); делегируемая филантропия (компания как канал для выражения ценностей граждан, ответ на спрос в отношении экологически чистых продуктов и т.д.); просто благотворительность без увеличения прибыли (инициируется владельцами компании, демонстрирующими филантропическое поведение) [3, с. 3—11]. Прибыль корпорации часто связывают с социально ответственным поведением, однако исследования *Margolisetal* [4], *Orlitzkyetal* [5, с. 407] и других авторов говорят об отсутствии такой корреляции. *R. Benabout* и *J. Tirole* также указывают на то, что в действительности существует смесь трех видов КСО, т.е. не существует компаний, практикующих только один вид КСО. При этом авторы указывают, что из трех видов КСО только два вида, а именно «канал для выражения ценностей» и «внутренне инициированная филантропия» связаны с личной социальной ответственностью [3, с. 12].

Deborah Blackmanetal и *Aguileraetal* в своих исследованиях выделили виды мотивов корпоративной и личной социальной ответственности и сопоставили их уровни [6, с. 5; 7, с. 852].

В табл. 1 приведены представления авторов о мотивах корпоративной социальной ответственности для частных лиц и организации.

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

безответственный; утилитарно-прагматический (выгодно — невыгодно); нормативно-функциональный (хорошо — плохо); созидательно-альтруистический (совесть) [8, с. 15].

А.В. Белов описывает механизм реализации личной социальной ответственности. Личная социальная ответственность осуществляется на различных уровнях. Субъектный уровень социально ответственного поведения определяется мотивационно-целевой сферой. Личностный (психологический) уровень социально-ответственного поведения представлен аффективно-волевой сферой и иерархией личностных смыслов. Третьим уровнем механизма реализации социальной ответственности является практический, непосредственным проявлением которого выступают поступки и реальные достижения [9, с. 9].

Некоторые авторы исследовали особенности альтруистических мотивов. Так, *Magne Supphelln* и *Michelle R. Nelson* провели эксперимент, демонстрирующий различные виды филантропических решений. Были выделены три группы людей, имеющие различные основания при принятии решения о пожертвовании: «аналитики» (оценивают все детали, ищут дополнительную информацию), «ищущие связь» (пытаются установить связь, смотрят на название организации и т.п.), «интерналы» (основываются на внутренних убеждениях, никак это не объясняя) [10, с. 592].

В исследовании *Stefano Della Vignaetal* показано, что филантропическое поведение имеет два ведущих мотива: собственно альтруизм и благотворительность как результат социального давления и неумения сказать «нет» [11, с. 26].

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

Основной задачей нашего исследования стала разработка методики, выявляющей особенности личной социальной ответственности и иллюстрирующей теоретическую модель личной социальной ответственности. Нами были также проанализированы взаимосвязи личной социальной ответственности с индивидуально-психологическими особенностями личности и ценностными ориентациями в профессиональной деятельности.

Методы и методики: опросник «Личная социальная ответственность» (Ю.Е. Мужичкова), 16-факторный личностный опросник Кеттелла, методика «Якоря карьеры» (Э. Шейн, перевод и адаптация В.А. Чикер, В.Э. Винокурова). Статистическая обработка данных осуществлялась с помощью программного пакета «SPSS Statistics 17.0».

В качестве испытуемых выступили 260 человек в возрасте от 17 до 30 лет. В результате предварительного опроса большинство участников исследования высказались о намерениях начать собственный бизнес, либо они уже имеют опыт предпринимательской деятельности.

Прежде чем рассмотреть результаты разработки опросника личной социальной ответственности, остановимся на том, каковы могут быть причины социально ответственного поведения. Два основных мотива, которые выделяются многими авторами, — это внутренний и внешний.

Внутренний мотив основан на таких понятиях, как совесть, высшие ценности, осмысленность существования, бескорыстная помощь.

Внешний мотив рассматривается как имеющий некоторые выгодные последствия для субъекта (например, повышение самооценки, материальное и нематериальное поощрение, социальное одобрение и т.д.).

Однако в ходе разработки методики были выявлены особенности отношения к социально ответственному поведению. Так, некоторые испытуемые не видят особого смысла в социальной ответственности не потому, что не хотят помогать другим людям, а потому что считают такое поведение бесполезным, не способным повлиять на ситуацию в обществе. На наш взгляд, данный факт необходимо учитывать при построении методики, оценивающей личную социальную ответственность и дальнейшей модели личной социальной ответственности.

В опросник первоначально включили 36 пунктов, которые были сгруппированы в четыре шкалы, отражающие различные аспекты социальной ответственности. Данная группировка производилась путем экспертной оценки, а также с помощью факторного анализа. После проведения пилотажного

исследования нами была произведена процедура проверки на внутреннюю согласованность пунктов каждой шкалы.

Окончательный вариант опросника включал 34 утверждения, сгруппированных в четыре шкалы:

1. Экстернальная социальная ответственность (α Кронбаха = 0,7).
2. Интернальная социальная ответственность (α Кронбаха = 0,6).
3. Прагматическая социальная ответственность (α Кронбаха = 0,7)
4. Дистантная социальная ответственность (α Кронбаха = 0,7).

Для опросника были разработаны нормы и составлено описание.

- *Экстернальная социальная ответственность* — личная социальная ответственность, основанная на внешних факторах, которые способствуют повышению самооценки, формированию позитивного имиджа в глазах окружающих. Для человека важно, чтобы его добрые дела и поступки были положительно оценены другими людьми. Общественное одобрение создает ощущение принадлежности к социальной группе, вовлеченности в социальные процессы.
 - *Интернальная социальная ответственность* — личная социальная ответственность, основанная на чувстве долга и моральных обязательствах. Для человека важно действовать в соответствии с тем, что подсказывает совесть. При этом не имеет значения, будут ли внешние наблюдатели, оценивающие социально ответственный поступок. Подобное поведение придает осмысленность существованию.
 - *Прагматическая социальная ответственность* — личная социальная ответственность, основанная на получении выгоды в результате социально-ответственного поведения. Прямое вознаграждение в форме снижения налогов, получения той или иной формы прибыли является фактором, стимулирующим социально-ответственное поведение.
 - *Дистантная социальная ответственность* — социально-ответственное поведение не является важным и нужным. Проявление социальной ответственности рассматривается как бесполезное вследствие того, что оно не способно влиять на благополучие общества в целом. Неверие в возможность честной и полноценной реализации социально-ответственных программ в обществе.
- Рассмотрим результаты, полученные с применением опросника «Личная социальная ответственность». В табл. 2 приведена описательная статистика для каждой шкалы.

Таблица 2

Описательная статистика пунктов опросника
«Личная социальная ответственность»

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

Вследствие того что шкалы содержат разное число пунктов, испытуемые могли набрать от 10 до 50 баллов по шкале «Экстернальная социальная ответственность», от 11 до 55 баллов по шкале «Интернальная социальная ответственность», от 6 до 30 баллов по шкале «Прагматическая социальная ответственность» и от 9 до 45 баллов по шкале «Дистантная социальная ответственность».

Однако реальные результаты расположились в следующих интервалах:

1. «Экстернальная социальная ответственность» — от 13 до 43, среднее значение — 31.
2. «Интернальная социальная ответственность» — от 26 до 51, среднее значение — 43.
3. «Прагматическая социальная ответственность» — от 6 до 29, среднее значение — 19.
4. «Дистантная социальная ответственность» — от 9 до 40, среднее значение — 21.

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

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

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

Таблица 3

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

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

Для оценки значимости различий по шкалам личной социальной ответственности у мужчин и женщин был использован критерий Стьюдента (Т-критерий парных выборок). У женщин значимо выше интернальная социальная ответственность ($t = 3,95$; $p \leq 0,01$), у мужчин значимо выше дистантная социальная ответственность ($t = -2,71$; $p \leq 0,01$).

В связи с выявлением значимых различий в показателях по шкалам личной социальной ответственности был произведен пересчет норм опросника для мужчин и женщин. Было также исследовано распределение высоких, средних и низких значений по шкалам опросника для мужчин и женщин, что отражено в табл. 4.

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

Таблица 4

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

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

Требуется дальнейшее увеличение выборки и уточнение норм.

Нами также были исследованы взаимосвязи факторов личной социальной ответственности с индивидуально-психологическими характеристиками личности.

Как показал статистический анализ с использованием коэффициента Пирсона, шкала «Экстернальная социальная ответственность» имеет корреляции со следующими личностными характеристиками:

- «слабость Я» — эмоциональная неустойчивость, утомляемость, тенденция уступать ($r = -0,426$; $p \leq 0,01$);
- «высокое супер-эго» — высокая нормативность, настойчивость, ответственность, решительность, соблюдение моральных стандартов и правил ($r = 0,307$; $p \leq 0,05$);
- «праксерния» — практичность, честность, добросовестность, руководство объективной реальностью ($r = -0,303$; $p \leq 0,05$);
- «гипотимия» — чувство вины, тревога, самобичевание, неуверенность в себе, ранимость, подавленность ($r = 0,279$; $p \leq 0,05$);
- «консерватизм» — установившееся взгляды, склонность к морализации и нравоучениям ($r = -0,342$; $p \leq 0,05$);
- «зависимость от группы» — социабельность, несамостоятельность, ориентация на социальное одобрение ($r = -0,271$; $p \leq 0,05$).

Шкала «Интернальная социальная ответственность» имеет взаимосвязь с личностными характеристиками:

- «слабость Я» ($r = -0,324$; $p \leq 0,05$);
- «конформность» — мягкость, услужливость, застенчивость ($r = -0,293$; $p \leq 0,05$);
- «гипотимия» ($r = 0,405$; $p \leq 0,01$), «консерватизм» ($r = -0,312$; $p \leq 0,05$).

Шкала «Прагматическая социальная ответственность» имеет корреляции с такими личностными характеристиками, как:

- «зависимость от группы» ($r = -0,315$; $p \leq 0,05$).

Шкала «Дистантная социальная ответственность» имеет взаимосвязь со следующими личностными характеристиками:

- «пармия» — социальная смелость, предприимчивость, склонность к риску, импульсивность ($r = 0,313$; $p \leq 0,05$);
- «харрия» — низкая чувствительность, рассудочность, практичность, реалистичность ($r = -0,399$; $p \leq 0,01$).

Была также исследована корреляция результатов опросника «Личная социальная ответственность» с показателями по шкалам методики диагностики

ценностных ориентаций в карьере «Якоря карьеры». Статистическая обработка данных проводилась с использованием коэффициента Пирсона. Результаты исследования взаимосвязи показателей по шкалам опросника «Личная социальная ответственность» со шкалами опросника «Якоря карьеры» показывают, что высокие баллы по шкале «Интернальная социальная ответственность» соответствуют высоким баллам по шкале «Стабильность работы» ($r = 0,44$; $p \leq 0,01$), которая представляет собой стремление людей к защите и безопасности, возможности иметь постоянную работу с минимальной возможностью увольнения и наличием социальных гарантий. Шкала «Интернальная социальная ответственность» также имеет положительную корреляцию со шкалой «Служение» ($r = 0,36$; $p \leq 0,05$), которая описывает стремление приносить пользу людям, обществу, видеть конкретные результаты своей работы, даже если они не выражены в материальном эквиваленте, максимально эффективно использовать свои таланты и опыт для реализации общественно важной цели. Таким образом, можно говорить о том, что мотивы внутренней социальной ответственности, описываемые такими понятиями, как «чувство долга», «совесть», «моральные обязательства», согласуются с ценностями безопасности, стабильности, потребностью в социальных гарантиях, стремлением приносить пользу людям, что и определяет карьерные ориентации человека.

Шкала «Прагматическая социальная ответственность» имеет положительную корреляцию со шкалой «Автономия» ($r = 0,35$; $p \leq 0,05$), высокие показатели по которой свидетельствуют о стремлении работать самостоятельно, быть свободным от организационных правил, предписаний и ограничений. Можно говорить о том, что люди, которым свойственно рационально и самостоятельно подходить к планированию и решению задач в работе, также рационально подходят и к вопросу о реализации социальной ответственности, оценивая, насколько выгодные последствия будет иметь для них подобного рода деятельность, а не основываясь на чувстве долга и стремлении соответствовать социальным нормам.

Шкала «Дистантная социальная ответственность» имеет положительную корреляцию со шкалой «Вызов» ($r = 0,47$; $p \leq 0,01$), что свидетельствует о том, что люди, рассматривающие проявление социальной ответственности как бесполезное вследствие того, что оно не способно влиять на благополучие общества в целом, ориентированы на то, чтобы «бросать вызов». Новизна и разнообразие имеют для них большую ценность, процесс борьбы или победа

важнее, чем конкретная область деятельности. Возможно, деятельность, связанная с реализацией социальной ответственности, не представляется им важной и нужной в силу того, что не является соревновательной, ее нельзя рассматривать с точки зрения «выигрыш — проигрыш».

Шкала «Дистантная социальная ответственность» также имеет корреляцию со шкалой «Предпринимательство» ($r = 0,42; p \leq 0,05$). Данная взаимосвязь представляется нам наиболее интересной, так как свидетельствует о том, что люди, стремящиеся создавать новые организации, товары и услуги, строить собственный бизнес, не верят в возможность честной и полноценной реализации социально ответственных программ в обществе.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о существовании различных видов личной социальной ответственности и гендерных различиях в степени их выраженности.

Данная модель согласуется с позицией многих авторов, выделяющих внутренний и внешний мотив личной социальной ответственности. Однако полученные нами результаты позволили конкретизировать виды социальной ответственности, основанной на внешних мотивах, вследствие чего предлагаем различать экстернальную и прагматическую социальную ответственность. Был также выявлен особый фактор, влияющий на социально ответственное поведение личности, а именно дистантная социальная ответственность. Данный фактор также является важным при построении модели личной социальной ответственности.

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

Что касается результатов разработанного опросника личной социальной ответственности, то большинство респондентов имеют средние показатели по всем видам личной социальной ответственности, однако женщины при принятии решений, связанных с проявлением социальной ответственности, больше ориентированы на чувство долга и моральные обязательства. Для них важно действовать в соответствии с тем, что подсказывает совесть. При этом не имеет значения, будут ли внешние наблюдатели,

оценивающие социально ответственный поступок. Для мужчин более характерным является рассмотрение социально ответственного поведения как бесполезного вследствие того, что оно не способно влиять на благополучие общества в целом. Наблюдается неверие в возможность честной и полноценной реализации социально ответственных программ в обществе.

Факторы личной социальной ответственности имеют определенные взаимосвязи с индивидуально-психологическими характеристиками. Личная социальная ответственность, основанная на внешних факторах, которые способствуют повышению самооценки, формированию позитивного имиджа в глазах окружающих, связана с высокой нормативностью, добросовестностью, склонностью к морализаторству и нравочениям, при этом эмоциональной неустойчивостью, ранимостью, ориентацией на социальное одобрение. Личная социальная ответственность, основанная на чувстве долга и моральных обязательствах, связана с такими личностными характеристиками, как неуверенность в себе, эмоциональная неустойчивость, склонность к переживанию, чувство вины, мягкость и услужливость, склонность к морализации. Личная социальная ответственность, основанная на получении выгоды в результате социально ответственного поведения, связана с такими характеристиками, как ориентация на социальное одобрение, несамостоятельность. Дистантное отношение к социальной ответственности связано с такими характеристиками, как социальная смелость, склонность к риску, низкая чувствительность, отсутствие веры в иллюзии.

Личная социальная ответственность связана также с ценностными ориентациями в профессиональной деятельности. Так, мотивы интернальной социальной ответственности, описываемые такими понятиями, как «чувство долга», «совесть», «моральные обязательства», согласуются с ценностями безопасности, стабильности, потребностью в социальных гарантиях, стремлением приносить пользу людям, что и определяет карьерные ориентации человека. Люди, которым свойственно рационально и самостоятельно подходить к планированию и решению задач в работе, также рационально подходят и к вопросу о реализации социальной ответственности, оценивая, насколько выгодные последствия будет иметь для них подобного рода деятельность, а не основываясь на чувстве долга и стремлении соответствовать социальным нормам (прагматический подход). Если новизна и разнообразие в работе имеют для человека большую ценность, а процесс борьбы или победа важнее, чем конкретная область деятельности, то реализация социальной

ответственности не представляется важной и нужной в силу того, что не является соревновательной, ее нельзя рассматривать с точки зрения ситуации «выигрыш — проигрыш». Люди, стремящиеся создавать

новые организации, товары и услуги, строить собственный бизнес, не верят в возможность честной и полноценной реализации социально ответственных программ в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коробанова Ж.В., Мужичкова Ю.Е. Представления о личностных особенностях российских бизнесменов // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2013. № 3. С. 48–55.
2. Маслов В.И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры. М.: Финпресс, 2004. 288 с.
3. Benabout R. and Tirole J. Individual and corporate social responsibility // *Economica*. 2010. 77. P. 1–19.
4. Margoli J. and Elfenbein H. Do well by doing good? Don't count on it. *Harvard business Review, Social Responsibility, Special Issue on HBS Centennial*. 2007. 86 (1). P. 19.
5. Orlitzky M., Schmidt F. and Rynes S. Corporate social and financial performance: a meta-analysis // *Organization Studies*. 2003. 24 (3). P. 403–410.
6. Blackman D., Kennedy M., Quazi A. Corporate social responsibility and individual resistance: learning as the missing link in implementation. *Management Learning*. [Электронный ресурс]: DOI: 10.1177/1350507612444392 (дата обращения: 15.12.2014).
7. Aguilera R.V., Rup, D.E., Williams C.A. and Ganapathi J. Putting the S back in Corporate Social Responsibility: a multilevel theory of social change in organization. *Academy of Management Review*. 2007. vol. 32 n 0.3. P. 836–863.
8. Барановская Л.А. Формирование социальной ответственности студента в социокультурном образовательном пространстве: автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Чита, 2012.
9. Белов А.В. Социальная ответственность: содержание и механизм реализации: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Волгоград, 2011.
10. Supphelln M. and Nelson M.R. Developing, exploring, and validating a typology of private philanthropic decision making // *Journal of Economic Psychology*. 2001. 22. P. 573–603.
11. Della Vigna S., Lis, J. and Malmendie U. Testing for Altruism and Social Pressure in Charitable Giving, NBER working paper no. 15629, 2009.

REFERENCES

1. Korobanova Zh.V., Muzhichkova Yu.E. Predstavleniya o lichnostnykh osobennostyakh rossiyskikh biznesmenov [Ideas about the personalities of Russian businessmen]. *Gumanitarnyye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta* [Humanities. Bulletin of the Financial University]. 2013, I. 3, pp. 48–55.
2. Maslov V.I. *Strategicheskoe upravlenie personalom v usloviyakh effektivnoy organizatsionnoy kul'tury* [Strategic human resource management in conditions of effective organizational culture]. Moscow, Finpress Publ., 2004. 288 p.
3. Benabout R. and Tirole J. Individual and corporate social responsibility. *Economica* [Economics]. 2010, I. 77, pp. 1–19.
4. Margolis, J. Elfenbein, H. Do well by doing good? Don't count on it. *Harvard business Review, Social Responsibility, Special Issue on HBS Centennial*. 2007. 86 (1). P. 19.
5. Orlitzky M., Schmidt F. and Rynes S. Corporate social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies*. 2003. 24 (3). P. 403–410.
6. Blackman D., Kennedy, M., Quazi A. Corporate social responsibility and individual resistance: learning as the missing link in implementation. *Management Learning*. DOI: 10.1177/1350507612444392
7. Aguilera, R. V., Rup, D. E., Williams C. A. and Ganapathi J. Putting the S back in Corporate Social Responsibility: a multilevel theory of social change in organization. *Academy of Management Review*. 2007, Vol.32, I.3, pp. 836–863.
8. Baranovskaya L.A. *Formirovanie sotsial'noy otvetstvennosti studenta v sotsiokul'turnom obrazovatel'nom prostranstve. Dokt. Diss* [The social responsibility of the student in socio-cultural educational environment. Doct. Diss.]. Chita, 2012.
9. Belov A.C. *Sotsial'naya otvetstvennost': sodержание i mekhanizm realizatsii. Kadm. Diss* [Social responsibility: the content and implementation mechanism: Cand. Diss.]. Volgograd, 2011.
10. Supphelln, M. and Nelson, M. R. (a) Developing, exploring, and validating a typology of private philanthropic decision making. *Journal of Economic Psychology*. 2001. 22. P. 573–603.
11. Della Vigna S., List J., and Start U. Testing for Altruism and Social Pressure in charitable giving, NBER working paper no. 15629, 2009.