
ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Н.А. Журавлёва

Лаборатория психологии личности
Институт психологии Российской академии наук
Ул. Ярославская, 13, Москва, Россия, 129366

В статье рассматриваются особенности ценностных ориентаций предпринимателей в изменяющихся современных условиях российского общества (1).

Ценностные ориентации личности принципиально по-разному формируются в условиях устойчивого развития общества и в радикально изменяющихся социально-экономических условиях. В периоды экономических трансформаций может иметь место преобразование всей системы ценностей, а не только отдельных их видов или групп. Чем более динамичными и радикальными по содержанию являются социально-экономические преобразования в обществе, тем сильнее изменяются ценностные ориентации личности, тем более противоречивым и менее прогнозируемым становится процесс их формирования [2. С. 130—142; 3; 4; 5; 7; 8].

Изменения системы ценностных ориентации сопровождаются сильными эмоциональными переживаниями человека, общим психологическим дискомфортом, который может приводить и к личностным изменениям. Когда личность не успевает адаптироваться к быстро меняющимся условиям, разрушение сложившихся социальных стереотипов и установок в той или иной степени сопровождается «культурным шоком». Ситуация, в которой оказывается человек в условиях радикальных преобразований в обществе, напоминает ту, которая возникает при встрече с другим обществом, с другой культурой. Состояние «культурного шока» сопровождается чувством дискомфорта от различия «своей» и «чужой» культур. В разных ситуациях люди с различной степенью остроты переживают культурный шок, что зависит как от дистанции, которая существует между разными культурами, так и от индивидуальных особенностей самого человека [1].

Радикальные экономические преобразования общества сопровождаются возрастанием физических, психологических и моральных нагрузок на человека, что может приводить к выраженному социальному и психологическому стрессу. В свою очередь, стрессовая ситуация, тем более кризис, могут оказать деформирующее влияние на психологию личности. Какими бы жизненными событиями ни вызывался кризис, он затрагивает наиболее фундаментальные, жизненно значимые потребности и ценности человека. Для кризисного периода характерно переосмысление человеком своей жизни, ее наиболее существенных составляющих: жизненных целей и ожиданий, отношений с окружающими и образа жизни.

ни в целом (Крылов). И это неизбежно влечет за собой изменения в ценностных ориентациях, взаимоотношениях с людьми, самоотношении и т.д.

В итоге в период радикальных трансформаций условий жизнедеятельности больших групп людей, изменившаяся социальная среда детерминирует перестройку их жизненных планов, системы ценностных ориентации, идеалов в соответствии с новыми социально-экономическими условиями.

Выполненное нами исследование посвящено выявлению динамики ценностных ориентации предпринимателей в условиях социально-экономических преобразований российского общества. В частности, была поставлена задача проанализировать динамику экономического сознания представителей этой социальной группы, тесно связанную с социально-экономическими реформами в 90-е годы XX века. Для изучения ценностных ориентации личности применялся адаптированный В.А. Ядовым вариант методики М. Рокича «Ценностные ориентации». Использовалась специально разработанная программа стандартизированного опроса, направленная на изучение различных характеристик экономического сознания личности.

Исследовательские «срезы» осуществлялись каждые 2—3 года в течение 13 лет: в 1994, 1997, 1999, 2001, 2003 и 2006 годах. В исследовании принимали участие московские предприниматели различных отраслей малого бизнеса — за шесть исследовательских «срезов» было опрошено 574 человека. Сравнительный анализ ранговых структур ценностных ориентации личности в разные исследовательские «срезы» был выполнен с помощью *T*-критерия Стьюдента.

В ценностном сознании предпринимателей в период 1994—2006 гг. произошли следующие изменения. Вслед за экономическим кризисом 1998 г. в иерархии ценностных ориентации бизнесменов было зафиксировано сохранившееся до настоящего времени повышение рангового «веса» таких деловых качеств, как предприимчивость и ответственность. Значимость предприимчивости передвинулась с 3-го рангового места на 1-е, достоверно превышая средневыборочные значения по другим социальным группам, а ценность ответственности переместилась с 8-го на 5-е место.

За прошедшее десятилетие более приоритетной для предпринимателей стала ориентация на профессиональный и духовный рост. Так, по сравнению с серединой 1990-х годов XX в. постепенно возрос ранговый «вес» ценностей образованности (с 4-го на 2-е место), терпимости (с 15-го на 9-е место, при этом характеризуется меньшей значимостью для бизнесменов, чем в среднем по общей выборке, включающей другие социальные группы), воспитанности (с 19-го на 10-е место, что стало соответствовать средневыборочным показателям) и широты взглядов (с 16-го на 11-е место). В целом, современных предпринимателей в большей степени отличает ориентация на принципы взаимного уважения (ответственность, терпимость и воспитанность). Кроме того, для представителей этой социальной группы возросла ценность положительного социально-психологического самочувствия — жизнерадостности, которая за последнее десятилетие с 15-й ранговой позиции переместилась на 8-ю.

Если в 1990-е годы XX в. (1994—2001 гг.) структура жизненных ценностей предпринимателей отличалась от ценностного сознания других социальных групп завышенной значимостью ценностей свободы и собственности, то для современных предпринимателей достоверно снизился приоритет личной свободы и высокого материального благосостояния. Так, ценность свободы с высоко-го 2-го места опустилась на 9-е, ценность независимости с 5-го переместилась на 13-е место, инструментальная ценность собственности с 10-го места передвинулась на 17-е, а инструментальная ценность богатства — с 8-го на 13-е место.

Можно констатировать произошедшее за последнее десятилетие смещение акцентов в ценностном сознании предпринимателей с направленности на личную свободу и высокое материальное благосостояние к более выраженной ориентации на нравственные принципы и этические ценности, духовный и профессиональный рост, что в большой степени соответствует российской ментальности. В экономическом сознании предпринимателей возрастает стремление приумножить свой капитал, готовность на свободные денежные средства больше помогать близким, путешествовать и часть направлять на общественные нужды.

Динамика ценностных приоритетов бизнесменов в условиях после острого экономического кризиса в обществе характеризуется переходом от направленности на деловую активность и профессиональный рост к направленности на поддержание «жизненного тонуса», творческую самореализацию и высокое материальное благосостояние. В кризисных условиях снижаются уровни материального благосостояния и экономических притязаний предпринимателей, а возрастает значимость финансовых вложений в прибыльный бизнес и недвижимость.

ПРИМЕЧАНИЕ

- (1) Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, проект № 06-06-00237а.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Андреева Г.М.* Социальное познание: Проблемы и перспективы. — М.: Московский психолого-социальный институт. — Воронеж: НПО «МОДЭК», 1999.
- [2] *Журавлев А.Л., Кочеткова Н.В.* Динамика социально-психологических качеств современных российских предпринимателей // *Социальная психология экономического поведения*. — М.: Наука, 1999.
- [3] *Журавлев А.Л., Позняков В.П.* Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. — М.: ИП РАН, 1995.
- [4] *Журавлева Н.А.* Динамика ценностных ориентации личности в российском обществе. — М.: Изд-во Института психологии РАН, 2006.
- [5] *Позняков В.П.* Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. — М.: Изд-во Института психологии РАН, 2001.
- [6] *Психология: Учебник / Под ред. А.А. Крылова*. — М.: Проспект, 1998.

- [7] *Сурина И.А.* Ценностные ориентации современных российских предпринимателей: дис. ... канд. социол. наук. — М., 1994.
- [8] *Чирикова А.Е.* Лидеры российского предпринимательства: Менталитет, смыслы, ценности. — М.: Ин-т социологии РАН, 1997.

VALUE ORIENTATIONS OF BUSINESSMEN IN THE CHANGING RUSSIAN SOCIETY*

N.A. Zhuravlyova

Laboratory of Psychology of the Personality
Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences
Yaroslavskaya str., 13, Moscow, Russia, 129366

The article deals with the peculiarities of value orientations of businessmen in the changing modern conditions of the Russian society.