

# Социально-психологическая технология формирования предпринимательской культуры населения региона

Т.Ю. Базаров

МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.

Л.Н. Аксеновская

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия.

Поступила 20 ноября 2016/ Принята к публикации: 16 декабря 2016.

## Socio-psychological technology of building entrepreneurial culture of the geographical region representatives in Russia

Tahir Yu. Bazarov\*

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

Liudmila N. Aksenovskaya

Saratov State University, Saratov, Russia.

\* Corresponding author E-mail: tbazarov@mail.ru

Received November 20, 2016 / Accepted for publication: December 16, 2016.

В статье представлена концепция междисциплинарного проекта по разработке и внедрению социально-психологической технологии формирования предпринимательской культуры населения региона. Назначение данной технологии состоит в стимулировании предпринимательской активности трудоспособного населения конкретного российского региона, обладающего собственной культурно-исторической, экономической и социально-психологической спецификой. Проект, инициированный профессором Т.Ю. Базаровым, получил название «Столыпинская реформа: версия 2.0» и реализуется в Саратовском регионе, исторически связанным с именем выдающегося реформатора П.А. Столыпина. Старт реализации проекта был дан в Саратовском национальном исследовательском государственном университете в ходе проведения VII Научно-практической конференции «Организационная психология: люди и риски» (19–20 октября 2016 г.). Тематика конференции была посвящена междисциплинарному анализу практики реформирования российской экономики во временной транспективе «прошлое – настоящее – будущее», лидерству в условиях реформ и оценке потенциала (социально-психологического, культурного, экономического) Саратовского региона в контексте возможностей более активного развития предпринимательства на основе формирования предпринимательской культуры.

В статье описываются инновационная коммуникативная технология организации и стимулирования ценностно- и целеориентированной дискуссии ученых, управленцев и студенческой молодежи (авторы – Т.Ю. Базаров и Т.А. Нестик). Обсуждаются результаты социально-психологических исследований имиджа города Саратова, имиджа работающих в нем предпринимателей, представлений саратовцев об образе (идеальном и реальном) саратовских предпринимателей и отношения саратовцев к предпринимателям, а также результаты анализа самооценки предпринимателями своего образа в глазах горожан, представлений о личности успешного реформатора и о лидерстве в условиях реформ. Представлены итоги рассмотрения кризисных ситуаций начала XX и XXI веков и изучения ценностей и уровня морального развития саратовских предпринимателей. На основе полученных результатов предложена концепция разработки и внедрения социально-психологической технологии формирования предпринимательской культуры населения российского региона.

**Ключевые слова:** организационная психология, лидерство, фасилитационная коммуникативная технология, имидж, предпринимательство, этика и ценности, Саратовский регион.

The paper presents the concept of an interdisciplinary project on the development and implementation of socio-psychological technologies of building enterprise culture of the geographical region representatives in Russia. The purpose of this technology is to encourage entrepreneurial activity of the working-age population of a certain Russian geographical region with its cultural, historical, economic and socio-psychological features of the project launches by Professor Tahir Yu. Bazarov «Stolypin reform: version 2.0» and is being implemented in the Saratov region which is historically associated with the name of the prominent Russian reformer Pyotr Stolypin. The project started in the Chernyshevsky Saratov National Research State University in the course of the 7th Scientific Practical Conference «Organizational psychology: people and risks» (October 19–20, 2016) devoted to the interdisciplinary analysis of the reforming practice of the Russian economy within «past – present – future» transpective, leadership in terms of reforms and capacity assessment (socio psychological, cultural, economic) of the Saratov region in the context of more active development of entrepreneurship by establishing the entrepreneurial culture.

The paper describes innovative communication technology organization and promotion of value and target-oriented discussions of scientists, managers and students (among the authors T. Yu. Bazarov and T. A. Nestik are among the authors). The results of socio-psychological research are presented and discussed: a) the image of Saratov city and the image of Saratov entrepreneurs, b) Saratov citizens' idea about the (ideal and actual) image of Saratov entrepreneurs and Saratov respect of the business self-assessment by entrepreneurs of their image in the eyes of citizens, c) the analysis of the reformer personality and successful leadership in terms of reforms, d) the results of the comparative analysis of the early twentieth and twenty-first centuries crises, e) the results of the research on values and moral development level of the Saratov entrepreneurs, f) on the basis of the obtained results the proposed concept of the development and implementation of socio-psychological technologies of building entrepreneurial culture of the geographical region representatives in Russia.

**Keywords:** organisational Psychology, leadership, facilitative communicative technology, image, entrepreneurship, ethics and value, Saratov region.

В 2016 году в России вспоминали об одной из наиболее ярких и спорных фигур отечественной истории – Петре Аркадьевиче Столыпине, трагически погибшем 105 лет назад. Его личность и реформы привлекают особенное внимание сегодня, в сложный для экономики страны период – период кризиса, санкций, усиления мер модернизации всей экономической системы. С именем Столыпина многие связывают исторический прецедент смелого и успешного опыта экономической реформы, которая была не завершена по политическим причинам. Тем не менее, этот опыт будоражит воображение и внушает надежды на возможность успешных экономических проектов государственного масштаба в России.

Цель статьи – представить один из, возможно, многих проектов, связанных с анализом исторических условий и последствий столыпинских реформ и обсуждением будущих реформ, основанных на позитивно осмысленном историческом опыте.

### Проект «Столыпинская реформа: версия 2.0»

Проект «Столыпинская реформа: версия 2.0» (автор идеи – профессор Т.Ю. Базаров) является изначально межвузов-

ским проектом, который реализуется на базе факультета психологии Саратовского национального исследовательского государственного университета и своей целью имеет стимулирование предпринимательской активности в Саратове и Саратовском регионе.

Саратов, основанный в 1590 году как крепость князем Григорием Засекиным и стрелецким головой Федором Туровым, переживал в своей истории как взлеты, так и падения. Уверенно входивший по ряду показателей в царское время в тройку ведущих городов России, в советское время Саратов попал в категорию «закрытых» городов и после своего «открытия» неожиданно оказался перед лицом множества накопившихся проблем. Среди этих проблем, вероятно, наиболее чувствительной является проблема оттока молодых квалифицированных кадров после получения образования. Говоря об экономически депрессивных регионах, очень редко связывают признаки депрессивности (дотационность, закредитованность, отставание в развитии) с депрессивностью психологического характера. Однако, если людям не нравится и не хочется жить в своем городе и в своем регионе, если они чувствуют ограничение возможностей, то как этому региону быть «на подъеме» и, более того, как вообще выжить в перспективе?

Идея, лежащая в основе проекта «Столыпинская реформа: версия 2.0», заключается в консолидации интеллектуальных, творческих, профессиональных и социально-психологических ресурсов патриотично настроенных жителей саратовского региона, а также их единомышленников и «союзников» из университетов и организаций других российских регионов для формирования особой культуры региона как мега-организации (корпорации). «Особая культура» саратовского региона – это культура фокусировки внимания на решении задачи создания условий для интенсивного экономического развития и дальнейшей планомерной работы в этом направлении. В ее создании и развитии принимают участие все социально и профессионально активные группы населения. Активность населения вместе с энергично ведущейся работой органов регионального управления должна обеспечить более значимые результаты, нежели усилия какой-то одной из этих сторон. Культура (деловая, организационная) является сильным ресурсом, который может придать смысл и форму созидательной энергии людям, работающим над развитием региона. В основе такой культуры лежит, в том числе, этический выбор жителя региона: бежать в центральные регионы под натиском проблем или остаться и «дать им бой». В настоящее время в Саратове есть представители обеих позиций. Реализация нового проекта рассчитана на поддержку и усиление вторых – готовых остаться и вложить силы и талант в возрождение города и региона.

Среди основных задач, решение которых предусматривается проектом «Столыпинская реформа: версия 2.0», стоят задачи проведения комплексного социально-психологического исследования предпринимательских намерений саратовцев, формирование мотивирующего образа будущего для города и региона, создание системы микропроектов, ориентированных на развитие новых моделей занятости населения и социально-психологическое сопровождение этих проектов.

Стартовым этапом проекта стала проведенная в октябре 2016 года в Саратовском госуниверситете VII научно-практическая конференция «Организационная



**Тахир Юсупович Базаров** –  
доктор психологических наук, профессор кафедры  
социальной психологии факультета психологии  
МГУ имени М.В. Ломоносова  
E-mail: tbazarov@mail.ru



**Людмила Николаевна Аксеновская** –  
доктор психологических наук, доцент, зав.  
кафедрой общей и социальной психологии, декан  
факультета психологии Саратовского национального  
исследовательского государственного университета  
имени Н.Г. Чернышевского  
E-mail: liudmila\_aksenovskaya@mail.ru

психология: люди и риски». В ее рамках состоялось три разноформатных события, объединенных темой «Столыпин в трансспективе прошлого, настоящего и будущего». Первым событием стала встреча автора проекта профессора Т.Ю. Базарова с его участниками – преподавателями и студентами факультета психологии СГУ имени Н.Г. Чернышевского. Т.Ю. Базаров представил концепцию проекта и ответил на вопросы участников. Вторым событием стала панельная фасилитационная сессия с участием экспертов из числа руководителей Саратовской областной и городской администраций, а также представителей академического университетского сообщества. Третьим событием стала постерная сессия, в рамках которой состоялись презентации четырех исследовательских групп по результатам восьми проведенных исследований. Коротко обсудим основные результаты работы конференции, обратившись к двум ее событиям: панельной фасилитационной сессии и постерной сессии.

Для проведения панельной фасилитационной сессии («Интеллектуальное кафе») была применена новая коммуникационная технология, разработанная Т.Ю. Базаровым и Т.А. Нестиком. В роли модератора и фасилитатора процесса обсуждения трех ключевых тем конференции выступил профессор Т.Ю. Базаров. Особенностью процесса стала работа модератора по формированию единого коммуникативного пространства, объединившего группу экспертов, находившихся на сцене перед зрительным залом, и участников обсуждения в зале. При этом, обе основные площадки (сцена и зал) являлись неоднородными по составу и требовали специальных усилий для организации как внутригрупповой, так и межгрупповой работы. Группа экспертов состояла из действующих руководителей областной и городской администраций, а также из университетской профессуры. Группа, работавшая в зале, состояла из студентов различных факультетов (психологи, экономисты, юристы, нано- и биотехнологи, и др.), преподавателей, сотрудников государственных и частных организаций. Задача модератора состояла в том, чтобы не только удерживать обсуждение в заявленном тематическом поле, но также выделять

и интегрировать значимые смыслы высказываний и суждений участников дискуссии.

Структурно технология включает следующие элементы:

- вступление модератора об историческом времени и России (ее прошлом, настоящем, будущем);
- экспресс-тест участников «Я и время»;
- первый экспресс-опрос экспертов на тему «Чем я горжусь? Что я сделал для Саратова?»;
- информационный клип модератора «Столыпин и Саратов»;
- второй экспресс-опрос экспертов на тему «Что для меня Столыпин? Столыпин и будущее России»;
- третий экспресс-опрос экспертов и участников в зале на тему «Что меня задело («зацепило») в услышанном?»;
- обмен вопросами между экспертами на сцене и участниками в зале, подведение итогов модератором.

Основным результатом проведенной панельной фасилитационной сессии стало формирование общей смысловой доминанты участников в отношении прошлого, настоящего и будущего Саратова, которая вкратце может быть представлена следующими тезисами: город с прекрасным потенциалом, город с образованными и талантливыми людьми, город, работающий над собой и поэтому имеющий будущее.

### Постерные исследования

Студенты факультета психологии СГУ имени Н.Г. Чернышевского представили результаты своих исследований, выполненных под научным руководством преподавателей факультета.

Первое направление исследований было посвящено проблеме имиджа/образа города Саратова и работающих в нем предпринимателей и их компаний (Жижина, Константинова, Серов и др., 2016) (10).

Цель первой исследовательской подгруппы – анализ представлений об имидже города жителей Саратова (коренных, приезжих из других городов, приезжих из других стран). Респондентами явились 100 студентов различных вузов Саратова в возрасте от 19 до 33 лет. Методы иссле-

дования: анкетирование, беседа, контент-анализ. Результаты исследования показали, что образ Саратова включает в себя как положительные, так и отрицательные моменты. Отрицательные моменты: плохое состояние дорог (96% отрицательные отзывы, 4% – положительные), грязь на улицах (плохое качество уборки улиц и дворов) (86% – отрицательные отзывы, 7% – нейтральные, 7% – положительные отзывы), работа общественного транспорта и состояние «старого» вида города (плохое состояние фасадов старых зданий, наличие ветхих строений даже в центре города), высокие цены и низкие зарплаты, наличие «криминальных» районов. (Не указаны процентные показатели для комментариев отдельных респондентов).

Положительный образ Саратова формируется за счет большого количества парков и зон отдыха (100% положительные отзывы), реки Волги (100% положительные отзывы), архитектуры Саратова (71% – положительные отзывы, 29% – отрицательные отзывы), климата Саратовской области (83% – положительные отзывы, 17% – нейтральные отзывы), большого количества и высокого качества музеев, театров, кафе, ресторанов и торговых центров. К положительным аспектам образа Саратова некоренные жители и иностранные студенты отнесли наличие университетов, консерватории, богатой истории, исторической архитектуры, смотровых площадок, кинотеатров, красивой набережной, удобного географического положения, комфортабельности, особой атмосферы, взаимодействия с другими городами и доброжелательности жителей города. Образ Саратова ассоциируется с такими достопримечательностями как мост через Волгу, Немецкая улица (Кировский проспект), Парк Победы на Соколовой горе.

Изучавшимся характеристикам имиджа города были отнесены впечатления от жителей города (80% – положительные оценки, 20% – отрицательные оценки). Местные жители описываются как «внешне хмурые и неприветливые», однако во взаимодействии «добрые, отзывчивые и готовые прийти на помощь». Особо респонденты отметили красоту саратовских девушек.

Был задан вопрос о возможности предпринимательской деятельности в Сарато-

ве. 100% опрошенных считают, что в Саратове существуют хорошие возможности для предпринимательской деятельности.

Особое внимание привлек ответ респондентов на вопрос о причине приезда в Саратов. Большинство приехало в Саратов для получения высшего образования, считая город очень благоприятным для этого (хорошие университеты, богатая культурно-историческая среда, благоприятная географическая и климатическая ситуация). Саратов традиционно имеет репутацию студенческого города. Вместе с тем, респонденты считают необходимым провести реставрацию старых учебных корпусов, построить современные корпуса и новые студенческие городки. На вопрос: «Нравится ли современное состояние Саратова?» респонденты ответили отрицательно. С такой оценкой состояния Саратова большая часть респондентов (80%) связывает желание покинуть город сразу после получения образования. Среди причин этого желания названы сомнения в возможности осуществления профессионального и личного роста, реализации планов, построения карьеры.

В целом, несмотря на то, что Саратов является одним из крупнейших городов России, имеет долгую историю, развитую промышленность, богатую культуру и собственное лицо, отрицательные отзывы молодых респондентов доминируют над положительными.

Цель работы второй исследовательской подгруппы заключалась в анализе представлений саратовцев об образе саратовских предпринимателей.

Респондентами явились 100 человек в возрасте от 18 до 63 лет. Методы исследования: анкетирование, беседа. В задачи исследования входило: изучение представлений саратовцев об «идеальном» предпринимателе, изучение представлений горожан о соответствии саратовских предпринимателей идеальному образу, выявление отношения горожан к саратовским предпринимателям и представлений о качествах, которыми обладает саратовский предприниматель, выяснение знания брендов саратовских компаний, сравнительный анализ «идеального» и реального саратовского предпринимателя.

Результаты решения первой задачи показали, что «идеальный» предприниматель обладает следующими характеристиками: привлекательный внешний вид, порядочность, успешность, способность внушить доверие, креативность. Опросы по выяснению наличия в Саратове предпринимателей, соответствующие идеалу показали, что 48% респондентов уверены, что такие люди существуют. 29% респондентов считают, что таких в Саратове нет. 23% затруднились с ответом. Результаты опроса с целью выявления отношения горожан к саратовским предпринимателям показали, что большинство респондентов относятся к ним нейтрально (37%), 24% относятся положительно, 22% – отрицательно, 17% затруднились с ответом.

Результаты опроса о качествах, которыми обладает саратовский предприниматель показали, что горожане считают их основными качествами: целеустремленность, ответственность, коммуникабельность, консервативность, малоизвестность. Результаты опроса о наиболее известных брендах саратовских производителей показали, что лидируют мебельные фабрики «Калинка» и «Мария», мясокомбинат «Дубки», троллейбусный завод «Тролза», Группа компаний «Белая долина», жировой комбинат (майонез «Саратовский провансаль»). То есть, саратовцы знают только о крупных компаниях и почти ничего не знают о предприятиях среднего и малого бизнеса.

Результаты сравнения идеальных и реальных качеств предпринимателя представлены в таблице 1.

Из данных таблицы следует, что, по мнению саратовцев, существует значительное несоответствие между «идеальными» и реальными качествами региональных предпринимателей. В реальных предпринимателях не отмечается «привлекательный внешний вид», «успешность», способность внушать доверие, порядочность и креативность. Вместе с тем, часть названных качеств реальных предпринимателей являются безусловно положительными (целеустремленность, ответственность), нейтральными могут считаться «коммуникабельность», «малоизвестность» и «консерватизм». Очевидно, в расхождении между «идеальным» и реальным образом предпринимателя кроется ответ на вопрос о том, почему большинство саратовцев нейтрально (равнодушно) относятся к землякам-предпринимателям.

Цель работы третьей исследовательской подгруппы заключалась в самооценке своего имиджа самими саратовскими предпринимателями. Методика исследования представляет собой опросник, включающий 18 вопросов, который разработан членами исследовательской подгруппы. В качестве респондентов выступили 23 саратовских предпринимателя (мужчины и женщины в возрасте от 21 до 65 лет). В задачи исследования входило: выявить динамику развития представлений об образе саратовского предпринимателя на основе ретроспективного самоотчета, выяснить представления саратовских предпринимателей об имидже предпринимателя.

Цель работы третьей исследовательской подгруппы заключалась в самооценке своего имиджа самими саратовскими предпринимателями. Методика исследования представляет собой опросник, включающий 18 вопросов, который разработан членами исследовательской подгруппы. В качестве респондентов выступили 23 саратовских предпринимателя (мужчины и женщины в возрасте от 21 до 65 лет). В задачи исследования входило: выявить динамику развития представлений об образе саратовского предпринимателя на основе ретроспективного самоотчета, выяснить представления саратовских предпринимателей об имидже предпринимателя.

Табл. 1. Сравнительные характеристики «идеального» и реального саратовского предпринимателя

№ п/п	Качества «идеального» предпринимателя	Качества реального предпринимателя
1.	Привлекательный внешний вид	Целеустремленность
2.	Порядочность	Ответственность
3.	Успешность	Коммуникабельность
4.	Внушает доверие	Консерватизм
5.	Креативность	Малоизвестность

Table 1. Comparative characteristics of the Ideal and Real Entrepreneur

#	Qualities of the Ideal Entrepreneur	Qualities of the Real Entrepreneur
1.	Attractive appearance	Sense of Purpose
2.	Decency	Reliability
3.	Successfulness	Communicativeness
4.	Inspires confidence	Conservatism
5.	Creativeness	Low Popularity



нимателя на момент исследования и их представления об «идеальном» образе предпринимателя.

Результаты исследования показали, что генезис представлений об образе саратовского предпринимателя включает пять основных этапов: 1970-е гг., 1980-е гг., 1990-е гг., 2000-е гг., 2016 г. (настоящее время). В таблице представлены основные представления о предпринимателе в зависимости от исторической ретроспективы.

Из данных таблицы видно, что сегодняшний образ саратовского предпринимателя значительно отличается от того, который доминировал в общественном сознании и в сознании самих предпринимателей на протяжении нескольких десятилетий. Сегодня этот образ позитивен и характеризует предпринимателей как людей созидательных, приносящих пользу не только себе, но и обществу в целом.

Результат конструирования «идеального» образа предпринимателя позволил выделить пять качеств, наиболее значимых для предпринимателя (по оценкам самих современных саратовских предпринимателей): целеустремленность, гибкость, образованность, культурность, терпение.

Таким образом, саратовские предприниматели оценивают себя сегодня как основных представителей среднего класса, как реальных и потенциальных работодателей. Предприниматели осознают свою социальную роль, важность и значимость своих психологических характеристик для общества в целом. Они готовы брать на себя обязательства по созданию рабочих мест, разработке новых товаров и услуг, по развитию экономики страны. Современные саратовские предприниматели ощущают себя частью большой системы и готовы трудиться для удовлетворения не только своих потребностей, но и потребностей общества и государства, несмотря на трудности, с которыми они сталкиваются.

Второе направление исследований было посвящено проблеме изучения личности П.А. Столыпина (научный руководитель – канд. соц. наук А.А. Понукалин) (Понукалин, Аскерова, Кискин, 2016). Цель исследования выявление в личности Столыпина качеств реформа-

тора и инноватора. Методом исследования было выбрано психологическое портретирование (методика О.А. Бухановского), предполагающее: психологическое портретирование по установлению действия/бездействия (анализ литературных источников), психологическое портретирование по фотографиям, психологическое портретирование по почерку. В задачи исследования входили: сравнительный анализ двух кризисов – «аграрного» (начало XX века, 1911 год) и «финансового» (начало XXI века, наши дни) и их влияния на формирование массового сознания, анализ соотношения реформаторских и инновационных характеристик в личности Столыпина, обеспечивших ему лидерство в ситуации кризиса и влияние на массовое сознание.

Сравнительный анализ «аграрного» и «финансового» кризисов показал, что общим элементом двух кризисов является проблематизация сложившихся моделей мышления и управления, кризис моральных ценностей и духовности. Преодоление кризиса неизбежно связано с изменениями на уровне массового сознания и отражается в массовом/социальном поведении, что стимулируется активными решениями и действиями по преодолению кризисных явлений. Изменения осуществляются лидерами, обладающими качествами реформаторов и инноваторов. Реформаторские качества – это профессиональная уникальность, способность разработать и осу-

ществить преобразования, способность сделать задуманную реформу основой общественного развития (Грицкевич, 2009). К качествам инноватора относятся: масштабность замыслов, способность убеждать в своей правоте, нетерпимость к критике, творческие идеи.

Психологический портрет, составленный на основе анализа литературных источников, фотографий и почерка, показал выраженность в личности Столыпина таких духовно-этических качеств, как патриотизм, высокие моральные принципы, чувство долга, самообладание, работоспособность, готовность к риску, личная скромность, а также такие личностные особенности, как ум, ораторское мастерство, амбициозность и самолюбие. Психологический портрет, составленный на основе физиогномической экспертизы по фотографии, свидетельствует о выраженности таких качеств, как целеустремленность, рассудительность, организаторский талант, склонность к творчеству. Психологический портрет, составленный на основе анализа почерка, свидетельствует о выдержке, воле, упорстве при достижении поставленной цели, мягкосердечии, последовательности и непоколебимости. Все эти данные подтверждаются свидетельствами биографов П.А. Столыпина.

По результатам исследования сделан вывод о том, что личность П.А. Столыпина совмещает в себе характеристики как реформатора, так и инноватора, способного придумывать неожиданные реше-

Табл. 2. Динамика изменения образа саратовского предпринимателя

№ п/п	Время (годы)	Ассоциация с образом предпринимателя
1.	1970-е гг.	Деятель торговли, деятельность которого находится под запретом
2.	1980-е гг.	Коммерсант, умеющий доставать дефицитные товары и сбывать их
3.	1990-е гг.	Преступные группировки, бандиты, зарабатывающие рэкетом
4.	2000-е гг.	Человек, сумевший после 1990-х оставить себе крупный бизнес
5.	2016 г.	Человек, нашедший нишу на рынке и создающий не только товары или услуги, но и рабочие места

Table 2. Changes in Saratov entrepreneur image

#	Period of Time	Notions associated with the entrepreneur image
1.	1970s	The one whose is involved into trade/commerce, whose activity is banned
2.	1980s	A businessman who can get scarce goods and make money on them
3.	1990s	Criminal gangs, thugs who make racket deals
4.	2000s	A person who managed keep the big business after the wicked 1990s
5.	2016	The man who has found a niche in the market, is producing not only goods and services but also jobs

ния возникающих проблем. Это делает его успешным лидером эпохи кризиса, способным вести за собой и оказывать влияние на формирование массового сознания.

**Третье направление исследований** было посвящено сравнительному анализу кризисных ситуаций начала XX и начала XXI веков на уровне личности, группы и среды. Его целью было определение основных параметров образа лидера будущего на основе анализа личности П.А. Столыпина (научный руководитель – канд. психол. наук А.К. Кравцова (Кравцова, Крикун, Ульяненко и др., 2016)). Исследование базировалось на предположении, что существует соответствие между кризисными явлениями начала двух столетий (XX век и XXI век), лидерскими компетенциями современных руководителей, значимыми в будущем, и лидерскими компетенциями не только Столыпина, но и крестьян-переселенцев, участвовавших в столыпинской реформе. Методами исследования стали контент-анализ документов, наблюдение за современными успешными лидерами.

Результаты исследования показали сходство кризисных явлений – современных и более чем столетней давности. Они связаны с ослаблением экономики, обострением социальных проблем, расхождением населения (тогда – крестьянства, сегодня – предпринимателей) и свидетельствуют о готовности российского общества к изменениям (тогда и сегодня).

Контент-анализ документов обеих эпох показал, что на уровне характеристики среды наиболее часто употребляемыми в начале XX века были слова «кризис», «промышленность», «рабочий», «страна», «условия», «общество», «реформа», «революция», «начало» (в контексте изменений). В наши дни такими словами являются – «бедность», «падение» (о курсе рубля), «доход», «низкая заработная плата», «качество» (ухудшение материальных условий жизни), «кризис», «сознание», «менталитет». Делается вывод о схожести структуры проблемного состояния российского общества в сравниваемые эпохи, хотя очевидны и содержательные различия: сегодня промышленные рабочие не выделяются в наиболее уязвимую категорию общества, а пережившие 25 лет назад оче-

редной слом государственной системы саратовцы, как и российский народ в целом, не склонны к революционной активности.

Контент-анализ документов, описывающих состояние крестьянства в начале XX века и состояния современных российских предпринимателей, не подтверждает выраженность преимущественно проблемных характеристик этого состояния. Так, в контексте обсуждения жизни крестьянства наиболее частотными являются слова «реформы», «земля», «транспорт», «территориальные особенности», «климат», «зима», «ходы», «характер», «проблема», «Сибирь», «осадки», «снег», «принятие решений». При описании жизни современного российского предпринимательства наиболее частотными являются слова «поддержка», «действовать», «льготы», «аренда», «недобросовестный», «расти», «следовать», «развиваться», «развитие», «кредит», «высокое налогообложение», «мошеничество», «соответствовать», «создание», «самостоятельный». Мы видим, что из 11 представленных высокочастотных слов эпохи Столыпина 6 связаны с территориально-климатическими условиями деятельности («территориальные особенности», «климат», «зима», «Сибирь», «осадки», «снег») и 5 слов – с ситуацией реформы («реформы», «земля», «транспорт», «характер», «принятие решений»). Слов с заведомо отрицательной смысловой нагрузкой нет (если не считать традиционно тяжелые условия земледелия в России). Из 15 высокочастотных слов, описывающих положение современных предпринимателей, только 3 слова имеют отрицательную смысловую нагрузку («недобросовестный», «высокое налогообложение», «мошеничество»). Остальные слова нейтрально и позитивно характеризуют ситуацию деятельности («поддержка», «действовать», «льготы», «расти», «следовать», «развиваться», «развитие», «соответствие», «созидание», «самостоятельный», «аренда», «кредит»).

Делается вывод о наличии соответствий в описании ситуации деятельности как для крестьян, так и для предпринимателей, хотя как условия деятельности у крестьян предсказуемо тяжелее, а у предпринимателей существует проблема в виде отрицательной оценки их

деятельности («недобросовестность», «мошеничество»).

Анализ лидерских компетенций П.А. Столыпина показал выраженность у него стратегического видения и низкий уровень выраженности таких компетенций, как коммуникация и управление группой.

На основе анализа лидерских качеств П.А. Столыпина (как свойственных ему, так и недостаточно выраженных) предложен набор восьми основных компетенций лидера будущего: гибкость (адаптивность), стрессоустойчивость, стратегическое мышление, долгосрочное планирование, ответственность, коммуникабельность, стремление к самоактуализации, уверенное поведение.

**Четвертое направление исследований** было посвящено проблеме ценностей и этической детерминации поведения саратовских предпринимателей (научный руководитель – доктор психол. наук Л.Н. Аксеновская) (Аксеновская, 2016; Аксеновская, Базаров, 2008; Aksenovskaya, 2016). В рамках данного направления работали три исследовательские подгруппы. Эмпирический объект исследования был общим для всех этих подгрупп – респондентами выступили 19 саратовцев, имеющих успешный предпринимательский опыт, в возрасте от 21 до 59 лет, из них 9 женщин и 10 мужчин. Сферы представленного бизнеса: строительство, производство, торговля, бытовые услуги. Каждая подгруппа работала с респондентами по своей методике, используя анкетирование, опрос, тестирование (интернет, электронная почта, интервью по телефону).

Цель первой исследовательской подгруппы заключалась в сравнительном анализе ценностей российских предпринимателей второй половины XIX века и современных саратовских предпринимателей. Методика исследования была разработана членами группы. Она представляет собой анкету, включающую 24 утверждения, которые оцениваются по 5-ти балльной шкале (1 – не согласен, 2 – скорее не согласен, 3 – затрудняюсь ответить, 4 – скорее согласен, 5 – согласен). Утверждения представлены в форме афоризмов, цитат и поговорок, которые соответствуют шести ценностям русских предпринимателей второй поло-

вины XIX века, выделенным в работе В.Г. Макеевой «Культура предпринимательства»: труд, собственность, богатство, практицизм, профессионализм, предприимчивость (Макеева, 2002).

Результат анкетирования саратовских предпринимателей показал, что ценности предпринимательской деятельности, сформировавшиеся в позапрошлом веке по-прежнему актуальны для современных предпринимателей. При этом ранжирование предпринимательских ценностей сегодня выглядит иначе: на первом месте профессионализм, на втором – богатство, на третьем – собственность, на четвертом – предприимчивость, на пятом – прагматизм и на шестом месте – труд. Обращает на себя внимание перемещение ценности труда с первой позиции на последнюю.

Цель второй исследовательской подгруппы заключалась в сравнительном анализе ценностных ориентаций российских предпринимателей из московского и саратовского регионов. Методика исследования – RVS (М. Рокич, 1973; адаптирована А. Гоштаутсом, А.А. Семеновым, В.А. Ядовым). Группа для сравнения (московская выборка) взята из исследования А.Л. Журавлева и В.П. Познякова (Журавлев, Позняков, 2012).

Результаты исследования показали, что на уровне терминальных ценностей различия между саратовской и московской выборками незначительны. В обеих группах респонденты на первое место поставили здоровье. На второе место московские предприниматели поставили семью,

а саратовские – любовь. На третьем месте в обеих группах оказалась ценность материального благополучия. На четвертое место московские предприниматели ставят свободу, а саратовские – семью. Ценность богатства получила у саратовских предпринимателей пятое место, у московских – одиннадцатое. Ценность собственности оценивается выше, чем московскими (8 место против 14-го).

На уровне инструментальных ценностей различия выражены более значительно. На первом месте у москвичей стоит ценность независимости, у саратовцев она на четвертом месте. Честность у москвичей на пятом месте, у саратовцев честность на первом месте. Ответственность москвичи ставят на третье место, а саратовцы – на первое. Предприимчивость у московских предпринимателей находится на четвертом месте, у саратовских – на 13-м. Наибольшее расхождение выявлено по ценности рационализм: у саратовских предпринимателей эта ценность находится на втором месте, у московских – на восемнадцатом.

Таким образом, доминирующими ценностями для предпринимателей Саратова являются ответственность, рационализм, жизнерадостность, независимость и честность. Наименее значимы для них ценности: терпимость, чуткость, непримиримость с недостатками в себе и в других. В целом, существует значительное сходство между выборами московских и саратовских предпринимателей на уровне терминальных ценностей и за-

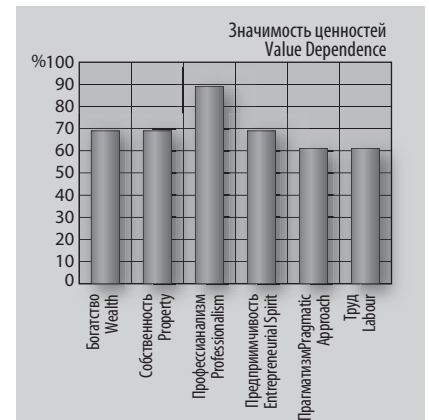


Рис. 1. Ценности современных саратовских предпринимателей

Fig. 1. Values of modern Saratov entrepreneurs.

метное различие на уровне инструментальных ценностей. Очевидно, терминальные ценности являются общекультурными и, следовательно, характерными для всех российских регионов, в то время как инструментальные ценности, отражающие способ решения задач, меняются в зависимости от региональной культуральной специфики. Также следует отметить сильное влияние деловой культуры московского региона на деловую культуру Саратова и Саратовской области, которые находятся в относительной территориальной близости друг к другу.

Представляет интерес соответствие ценностей российского предпринимательства XIX века и ценностей из списка М. Рокича:

Если принять за основу рейтинговую систему из шести позиций, то при возможности широкого выбора (из схемы М.

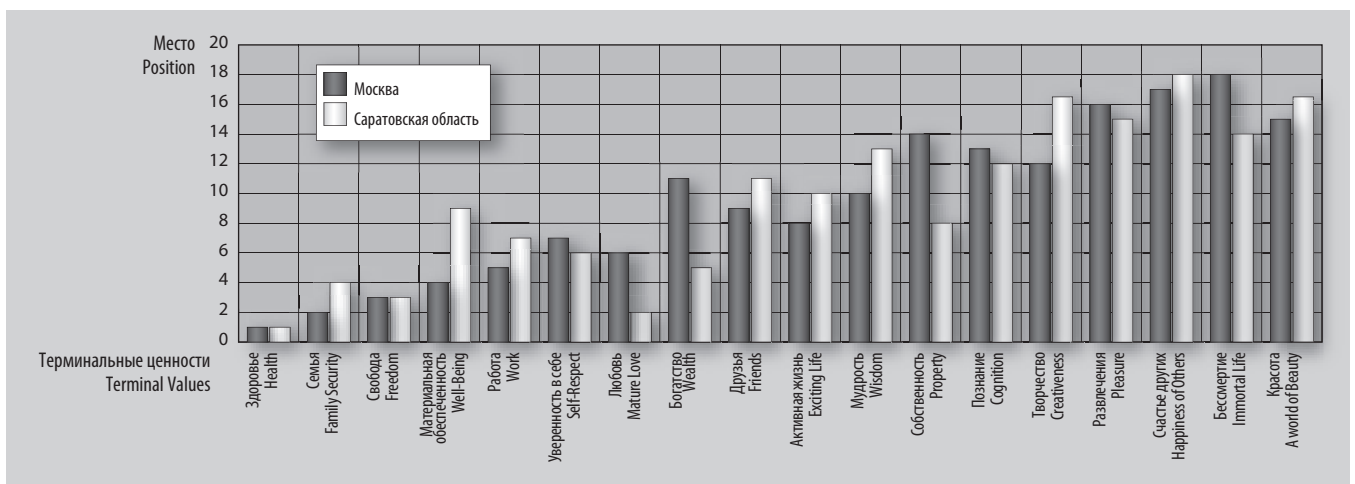


Рис. 2. Сравнительные данные по терминальным ценностям саратовских и московских предпринимателей.

Fig. 2. Comparative data on terminal values in Saratov and Moscow entrepreneurs.

Для цитирования: Базаров Т.Ю., Аксеновская Л.Н. Социально-психологическая технология формирования предпринимательской культуры населения региона // Национальный психологический журнал. – 2016. – № 4(24). – С. 87–97. doi: 10.11621/npj.2016.0411

For citation: Bazarov T.Yu., Aksenovskaya L.N. (2016) Socio-psychological technology of building entrepreneurial culture of the geographical region representatives in Russia. National Psychological Journal, [Natsional'nyy psikhologicheskii zhurnal], 4, 87–97. doi: 10.11621/npj.2016.0411

ISSN 2079-6617 Print | 2309-9828 Online  
© Lomonosov Moscow State University, 2016  
© Russian Psychological Society, 2016

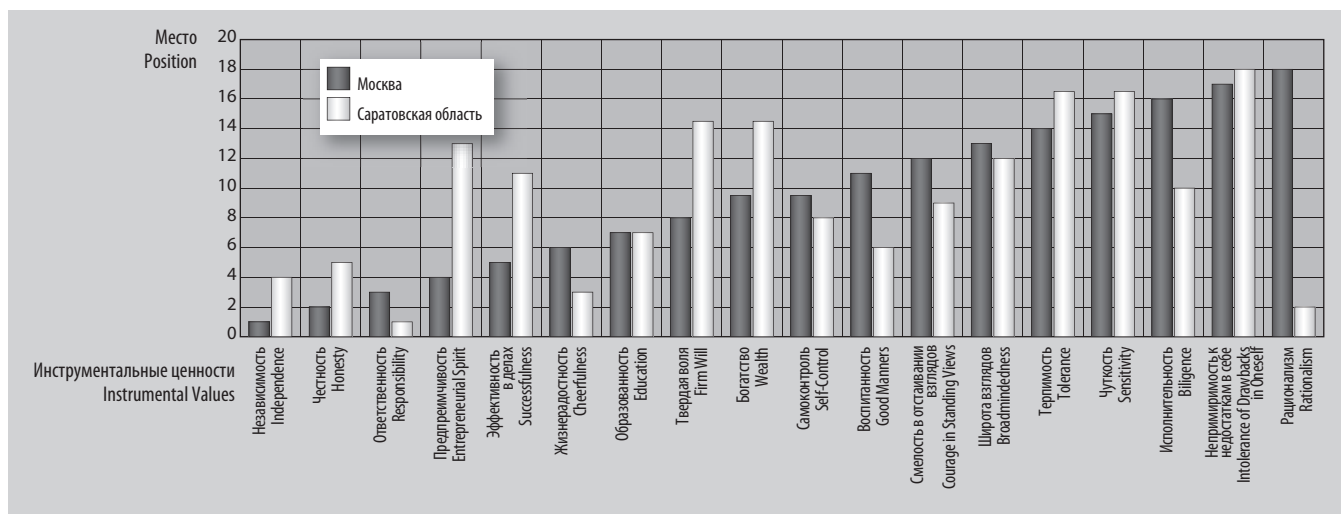


Рис. 3. Сравнительные данные по инструментальным ценностям саратовских и московских предпринимателей.

Fig. 3. Comparative data on instrumental values in Saratov and Moscow entrepreneurs.

Рокича), саратовские предприниматели вписываются в шестиуровневую рейтинговую систему только с рационализмом (2 место), богатством (5 место) и работой (6 место). За пределами рейтинга предпринимательских ценностей собственность (8 место) и предприимчивость (13 место). Отсутствует профессионализм (у Рокича). В предыдущем исследовании возглавляет рейтинг предпринимательских ценностей именно профессионализм.

Цель третьей исследовательской подгруппы заключалась в определении уровня развития морального сознания саратовских предпринимателей. Методикой исследования стал «Тест определяющих проблем» (DIT), разработанный

Дж. Рестом на основе морального интервью Л. Колберга и переведенный на русский язык авторами исследования. Выборку составила та же группа испытуемых, что приняла участие в предыдущих опросах (за исключением одного выбывшего участника).

Результаты исследования показали, что большинство испытуемых находится на четвертой стадии развития морального сознания (35,7%). На втором месте по количеству достигших ее испытуемых находится 5А-я стадия развития морального сознания (21,5%), на третьем месте – 3-я стадия (19,4%).

Таким образом, у саратовских предпринимателей преобладает ориента-

ция на соблюдение формальных правил и норм, чувство долга. Одновременно высокий показатель по стадиям 3 и 5А может свидетельствовать о том, что предприниматели при принятии этических решений нередко опираются на усвоенную ими схему «ориентация на собственные интересы» (стадия 3), а в некоторых случаях демонстрируют высший (постконвенциональный) способ мышления, основываясь на базовых человеческих ценностях (стадия 5А). Редкими были ответы, демонстрирующие вторую стадию морального развития – доконвенциональную (1,3%), что можно интерпретировать как преодоление мотивов исключительно собственной выгоды. Также редкими были ответы, соответствующие стадиям 5В (4,8%) и стадии 6 (6,9%) («ориентация на внутренние моральные принципы и нормы»). Все это свидетельствует о готовности испытуемых критически относиться к существующим моральным нормам и правилам и ориентироваться при принятии решений на базовые этические принципы, а не на страх возможного наказания или желание понравиться влиятельным людям.

Анализ значимости принципов морального сознания при принятии решений показал, что большинству испытуемых (58,8%, 7 мужчин и 4 женщины) свойственен средний уровень значимости принципов морального сознания при принятии решений. Высокий уровень показали только 17,6% испытуемых (все – женщины). Низкий уровень значи-

Табл. 3. Сравнение ценностей предпринимательства и личных ценностей

№п/п	Предпринимательские ценности (Россия, XIX век)	Ценности личности (по М. Рокичу)
1.	труд	работа (терм.) – 6 место
2.	собственность	собственность (терм.) – 8 место
3.	богатство	богатство (терм.) – 5 место
4.	практицизм	рационализм (инстр.) – 2 место
5.	профессионализм	–
6.	предприимчивость	предприимчивость (инстр.) – 13 место

Table 3. Comparison of entrepreneurial values and personal values

#	Entrepreneurial Values (Russia, 19th century)	Individual Values (M. Rokeach)
1.	Labour	Work (Terminal Values) – 6th position
2.	Property	Property (Terminal Values) – 8th position
3.	Wealth	Wealth (Terminal Values) – 5th position
4.	Practicality	Practicality (Instrumental Values) – 2nd position
5.	Professionalism	-
6.	Entrepreneurial Spirit	Entrepreneurship (Instrumental Values) – 13th position



мости принципов морального сознания показали 23,5% испытуемых (два мужчины и две женщины, все старше 43 лет).

Исследование уровня развития морального сознания саратовских предпринимателей продемонстрировало их преимущественную ориентацию на закон, что соответствует конвенциональному уровню развития морального сознания (Л. Колберг). Как показали исследования Дж. Уэбера, большинство предпринимателей рассуждают на конвенциональном уровне развития морального сознания. Опрос саратовских предпринимателей подтверждает эту закономерность.

## Заключение

Опыт начала реализации междисциплинарного проекта «Столыпинская реформа: версия 2.0» свидетельствует о существовании актуальной потребности регионального сообщества в консолидации усилий для согласованной работы по изменению общей культурно-психологической и социально-экономической среды региона и его главного города. Более старшее поколение и студенческая молодежь по-разному видят профессиональные и жизненные перспективы: многие студенты намерены покинуть город после получения образования, многие представители старшего поколения (от 35 лет) намерены вложить знания и силы в преобразование города (и региона) и приведение его в соответствующее своим запросам состояние. Совместное (межпоколенческое) обсуждение проблемы развития страны и региона в трансспективе «прошлое – настоящее – будущее» оказалось мощным стимулом как для студентов, так и для старших по возрасту участников к объединению вокруг конструктивного и мотивирующего образа будущего, сформированного в процессе применения новой коммуникативной технологии на основе позитивной реин-

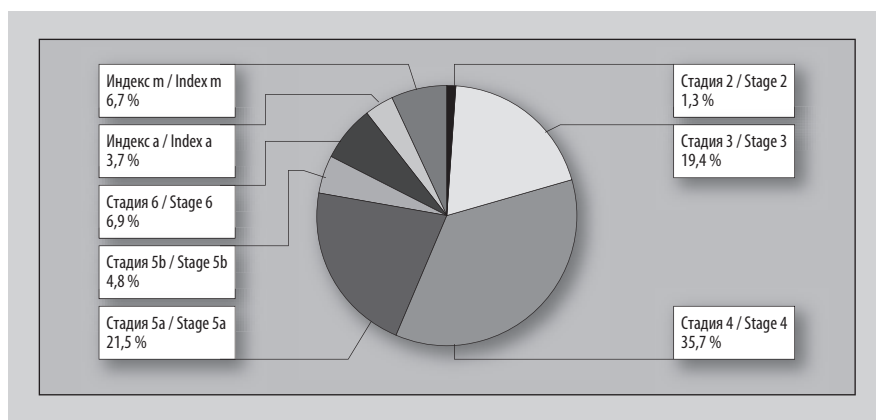


Рис. 4. Уровень развития стадий морального сознания (%)

Fig. 4. Level of moral consciousness stages development (per cent)

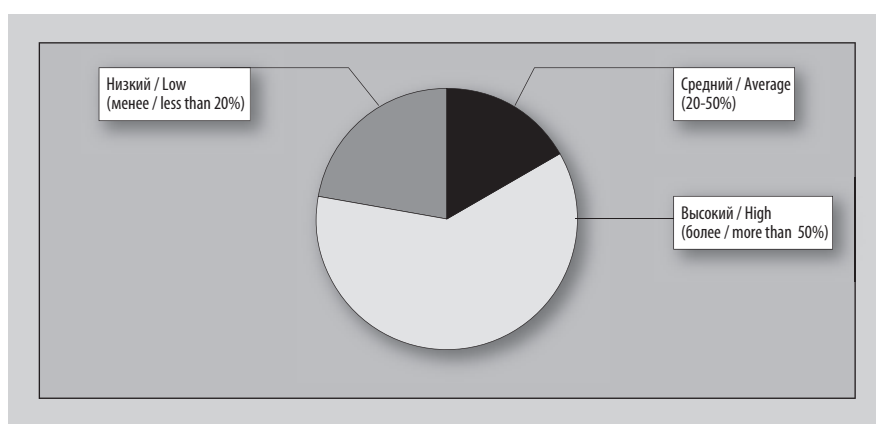


Рис. 5. Уровень значимости принципов морального сознания при принятии решений.

Fig. 5. Level of importance of moral consciousness principles in decision making.

терпретации прошлого и самоопределения по отношению к настоящему.

Опыт многопланового студенческого исследовательского проекта, посвященного личности бывшего саратовского губернатора П.А. Столыпина и его подходам к развитию России, показал готовность студенческой молодежи глубоко вникать в структуру и причины существующих инерционных процессов в регионе, создающих психологические препятствия для деятельного включения в жизнь региона и города. Положительный смысл исследований связан с первым «замером» восприятия образа Саратова горожанами и образа предпринимательства в регионе. Относясь к предпринимателям скорее нейтрально, к городу молодые

саратовцы относятся более требовательно и критично. Оказавшись в ситуации рассогласования между своими ожиданиями и потребностями, с одной стороны, и состоянием города, с другой, они склонны принимать решения в пользу избегания участия в изменении состояния города. То же самое можно сказать и в отношении страны. Однако всем уехать в другую «прекрасную» страну вряд ли удастся. Поэтому остается главный вопрос: как жители региона включатся в работу по приведению своего дома в порядок. Предложенная концепция проекта и разрабатываемые в его рамках технологии призваны дать ответ на этот вопрос не только теоретически, но и практически.

## Литература:

Абышева Ю.Ю. Проблема формирования имиджа города: социально-управленческий аспект – автореферат дис. ... канд. соц. наук. – Нижний Новгород, 2005. – 23 с.

Аксеновская Л.Н. Субкультура самозанятых работников в структуре организационной культуры региона: перспектива формирования прекариата как контркультурной тенденции // Организационная психология: люди и риски : сб. материалов VII международной научно-

- практической конференции (19–20 октября 2016 г.). – Саратов : ИЦ «Наука», 2016. – С. 11–19.
- Аксеновская Л.Н., Базаров Т.Ю. Управление организационной культурой // Российский психологический журнал. – 2008. – Т. 5. – № 2. – С. 9–17.
- Базаров Т.Ю. Столыпинские реформы в контексте временной транспективы: прошлое, настоящее, будущее // Организационная психология: люди и риски : сб. материалов VII международной научно-практической конференции (19–20 октября 2016 г.). – Саратов : ИЦ «Наука», 2016. – С. 4–11.
- Базаров Т., Коняева А. Организационная психология: переход от обслуживания менеджеров к партнерству с предпринимателями. Опыт эмпирического исследования и анализ собственной практики // Организационная психология. – 2012. – Т. 2. – № 1. – С. 42–57.
- Базаров Т.Ю., Шевченко Ю.С. Организационный лидер посткризисного периода // Организационная психология. – 2014. – Т. 4. – № 3. – С. 69–86.
- Грицкевич Т.И. Реформатор: социальная роль или особенности личностных черт? // Вестник ВГУ. Сер. Философия. – 2009. – № 2. – С. 140–148.
- Жданова А.А., Жижина М.В., Лашова Е.А. и др. Образ саратовского предпринимателя в представлении горожан // Организационная психология: люди и риски : сб. материалов VII международной научно-практической конференции (19–20 октября 2016 г.). – Саратов : ИЦ «Наука», 2016. – С. 19–24.
- Жижина М.В., Константинова Е.Н., Серов М.О. и др. Представления жителей об имидже города Саратова // Организационная психология: люди и риски : сб. материалов VII международной научно-практической конференции (19–20 октября 2016 г.). – Саратов : ИЦ «Наука», 2016. – С. 24–32.
- Жижина М.В. Медиапсихология: теория и практика медиаповедения. – Москва : Вузовская книга, 2016. – 376 с.
- Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства: концепция психологических отношений. – Москва : Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. – 480 с.
- Иванова Ю.В., Русских А.А. Система ценностных ориентаций российских предпринимателей (на примере Саратова и Саратовской области) // Организационная психология: люди и риски : сб. материалов VII международной научно-практической конференции (19–20 октября 2016 г.). – Саратов : ИЦ «Наука», 2016. – С. 32–36.
- Кравцова А.К., Крикун С., Ульянина А. и др. Личность, группа, среда: прошлое, настоящее, будущее // Организационная психология: люди и риски : сб. материалов VII международной научно-практической конференции (19–20 октября 2016 г.). – Саратов : ИЦ «Наука», 2016. – С. 50–75.
- Люлько А.Н. Концептуальные аспекты формирования имиджа города [Электронный ресурс] // Власть. – 2011. – № 8. [сайт]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-goroda-i-factory-vliyayushchie-na-ego-> (дата обращения 6.11.2016)
- Макеева В.Г. Культура предпринимательства : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. – Москва : ИНФРА-М, 2002. – 217 с. : ил.
- Молчанов С.В. Мораль справедливости и мораль заботы: зарубежные и отечественные подходы к моральному развитию // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2011. – № 2. – С. 59–72.
- Нестерова К.С., Романенко Н.Г., Ананьев Д.С. и др. Моральное сознание как аспект этико-детерминированного поведения современных предпринимателей Саратовской области // Организационная психология: люди и риски : сб. материалов VII международной научно-практической конференции (19–20 октября 2016 г.). – Саратов : ИЦ «Наука», 2016. – С. 83–91.
- Понукалин А.А., Аскерова М., Кискин К. Петр Аркадьевич Столыпин: реформатор и (или) инноватор? (социально-психологический анализ) // Организационная психология: люди и риски : сб. материалов VII международной научно-практической конференции (19–20 октября 2016 г.). – Саратов : ИЦ «Наука», 2016. – С. 96–104.
- Путинцев П.А. Принципы дизайна имиджа города // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 13 (228). – Вып. 54. – С. 171–176.
- Фритцше Д. Этика бизнеса. – Москва : Олимп-Бизнес, 2002. – 336 с.
- Фролова С.В. Социально-когнитивные основания психологической приверженности своей стране. – Москва : Академический проект, 2017. – 153.
- Aksenovskaya, L. N. (2016) Ethical and Semantic System and Emotional intelligence/ International Annual Edition of Applied Psychology: Theory, Research, and Practice. Volume 3. Retrieved from: <http://interpsy.sgu.ru/> (reference date 11/06/2016).
- Kohlberg, L. (1973) Continuities in Childhood and Adult Moral Development Revisited. In: *Lite-Span Developmental Psychology. Personality and Socialization*/ (Eds.) P.B. Baltes, & K.W.Schaie, N.Y., 187. doi: 10.1016/b978-0-12-077150-9.50014-9
- Rest, James (1986) DIT Manual. Manual for the study of the Defining Issues Test. Third edition, 8/90 revision/Center for the study of Ethical Development. University of Minnesota.

## References:

- Abysheva, Yu.Yu. (2005) The issue of building the city image: the socio-administrative aspect: Ph.D. in Sociology, thesis. Nizhny Novgorod, 23.
- Aksenovskaya, L.N. (2016) The subculture of self-employed citizens in the structure of the organizational culture of the Russian geographical region: the prospect of building countercultural tendencies precariat. [*Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski: sbornik materialov 7oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (19-20 oktyabrya 2016 g.)*]. Saratov, ITs «Nauka», 11-19.
- Aksenovskaya, L. N. (2016) Ethical and Semantic System and Emotional intelligence/ International Annual Edition of Applied Psychology: Theory, Research, and Practice. Volume 3. Retrieved from: <http://interpsy.sgu.ru/> (reference date 11/06/2016).
- Aksenovskaya, L.N., & Bazarov, T.Yu. (2008) Managing the organizational culture. [*Rossiyskiy psikhologicheskiy zhurnal*]. Vol. 5, 2, 9-17.

- Bazarov, T.Yu. (2016) Stolypin's reforms in the context of the time transpective: Past, Present and Future. [Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski: sbornik materialov 7oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (19-20 oktyabrya 2016 g.)]. Saratov, ITs «Nauka», 4-11.
- Bazarov, T. & Konyaeva, A. (2012) Organizational Psychology: the transition from service managers to partnership with entrepreneurs. Experience in empirical research and analysis of their own practice. [Organizatsionnaya psikhologiya]. Vol. 2, 1, 42-57.
- Bazarov, T.Yu., & Shevchenko, Yu.S. (2014) Organizing leader of the post-crisis period. [Organizatsionnaya psikhologiya]. Vol. 4, 3, 69-86.
- Fritzsche, D. (2002) Business ethics. Moscow, Olimp-Biznes, 336.
- Frolova, S.V. (2017) Socio-cognitive foundation of psychological commitment to the native country. Moscow, Academicheskiiy Proyekt, 153.
- Gritskevich, T.I. (2009) Reformer: social role or particular personality traits? [Vestnik VGU]. Series Philosophy. 2, 140-148.
- Ivanova, Yu.V., & Russkikh, A.A. (2016) Value orientations of Russian entrepreneurs (based on Saratov and Saratov region research). [Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski: sbornik materialov 7oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (19-20 oktyabrya 2016 g.)]. Saratov, ITs «Nauka», 32-36.
- Kohlberg, L. (1973) Continuities in Childhood and Adult Moral Development Revisited. In: *Lite-Span Developmental Psychology. Personality and Socialization*/ (Eds.) P.B. Baltes, & K.W.Schaie, N.Y., 187. doi: 10.1016/b978-0-12-077150-9.50014-9
- Kravtsova, A.K., Krikun, S., & Ulyanina, A. et al. personality, group, environment. Past, Present and Future. [Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski: sbornik materialov 7oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (19-20 oktyabrya 2016 g.)]. Saratov, ITs «Nauka», 50-75.
- Lyul'ko, A.N. (2011) Conceptual aspects of building the city image. [Vlast']. 8. Retrieved from: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-goroda-i-factory-vliyayuschie-na-ego-> (reference date 11/06/2016).
- Makeyeva, V.G. (2002) Enterprise culture: Textbook for students of economy. Moscow, INFRA-M, 217.
- Molchanov, S.V. (2011) Moral justice and ethics concerns: foreign and domestic approaches to moral development. [Vestnik Moskovskogo universiteta]. Series 14. Psychology. 2, 59-72.
- Nesterova, K.S., Romanenko, N.G., & Ananiev, D.S. et al. (2016) The moral consciousness as an aspect of the ethical-deterministic behaviour of contemporary Saratov entrepreneurs. [Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski: sbornik materialov 7oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (19-20 oktyabrya 2016 g.)]. Saratov, ITs «Nauka», 83-91.
- Ponukalin, A.A., Askerova, M., & Kiskin, K. Pyotr Stolypin: reformer and (or) innovator? (Socio-psychological analysis). [Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski: sbornik materialov 7oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (19-20 oktyabrya 2016 g.)]. Saratov, ITs «Nauka», 96-104.
- Putintsev, P.A. (2011) Design Principles for the city image. [Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta]. 13 (228), Vol. 54, 171-176.
- Rest, James (1986) DIT Manual. Manual for the study of the Defining Issues Test. Third edition, 8/90 revision/Center for the study of Ethical Development. University of Minnesota.
- Zhdanova, A.A., Zhizhina, M.V., & Lashova, E.A. et al. (2016) The image of Saratov entrepreneur in the representation of citizens. [Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski: sbornik materialov 7oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (19-20 oktyabrya 2016 g.)]. Saratov, ITs «Nauka», 19-24.
- Zhizhina, M.V., Konstantinov, E.N., & Serov, M.O. et al. (2016) The representations about the image of Saratov citizens. [Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski: sbornik materialov 7oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (19-20 oktyabrya 2016 g.)]. Saratov, ITs «Nauka», 24-32.
- Zhizhina, M.V. (2016) Media psychology: theory and practice of media conduct. Moscow, Vuzovskaya kniga, 376.
- Zhuravlev, A.L., & Poznyakov, V.P. (2012) Social Psychology of the Russian business: the concept of psychological relations. Moscow, Izdatel'stvo «Institut psikhologii RAN». 480.