

УДК 159.9.072.43

DOI: 10.34670/AR.2020.98.44.035

Эмпирическое исследование взаимосвязи уровня субъективного контроля (экстернальности/интернальности) сотрудников организации и их социальных представлений о технологиях и продуктах цифровой экономики

Артамонова Ольга Михайловна

Студент,
Университет «Парацельс»,
125040, Российская Федерация, Москва, 5-я улица Ямского поля, 5/1;
e-mail: artamonova007@mail.ru

Волкова Анастасия Дмитриевна

Аспирант,
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
101000, Российская Федерация, Москва, Мясницкая ул., 20,
Младший научный сотрудник,
Центральный экономико-математический институт РАН,
117418, Российская Федерация, Москва, Нахимовский пр., 47;
e-mail: volkova.nst@mail.ru

Костина Татьяна Анатольевна

Младший научный сотрудник,
Центральный экономико-математический институт РАН,
117418, Российская Федерация, Москва, Нахимовский пр., 47;
e-mail: kostina1@yandex.ru

Ларин Сергей Николаевич

Кандидат технических наук, ведущий научный сотрудник,
Центральный экономико-математический институт РАН,
117418, Российская Федерация, Москва, Нахимовский пр., 47;
e-mail: sergey77707@rambler.ru

Ноакк Наталия Вадимовна

Кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник,
Центральный экономико-математический институт РАН,
117418, Российская Федерация, Москва, Нахимовский пр., 47;
e-mail: n.noack@mail.ru

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 18-013-00669а «Исследование психологических механизмов формирования социальных представлений и доверия пользователей к продуктам цифровой экономики».

Аннотация

Стремительное вхождение в повседневную жизнедеятельность общества все большего числа технологий и продуктов цифровой экономики нередко вызывает у пользователей амбивалентное отношение к ним, формируя при этом и различные по контенту, структуре и эмоциональному фону социальные представления пользователей относительно практики использования таких технологий и продуктов. Указанные обстоятельства, безусловно, свидетельствуют о высокой актуальности тематики данной статьи.

Основная цель настоящего исследования заключается в изучении взаимосвязи индивидуально-психологических характеристик сотрудников организации, с одной стороны - и их социальных представлений относительно пользования технологиями и продуктами цифровой экономики, с другой. В качестве индивидуально-психологической характеристики в данной работе взят уровень субъективного контроля (экстернальности/интернальности).

В качестве инструментария для выявления уровня субъективного контроля применялась методика Дж. Роттера. Социальные представления сотрудников организации определялись с помощью специально разработанного инструментария Методики «Шкала пользователя» и Методики «11 шкал». Был проведен их анализ по ряду параметров. При обработке результатов использовались методы качественного и количественного анализа.

Гипотеза о наличии взаимосвязи между индивидуально-психологическими характеристиками сотрудников организации и их социальных представлений относительно пользования технологиями и продуктами цифровой экономики подтвердилась частично. Представлена авторская интерпретация полученных результатов.

Для цитирования в научных исследованиях

Артамонова О.М., Волкова А.Д., Костина Т.А., Ларин С.Н., Ноакк Н.В. Эмпирическое исследование взаимосвязи уровня субъективного контроля (экстернальности /интернальности) сотрудников организации и их социальных представлений о технологиях и продуктах цифровой экономики // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2020. Т. 9. № 2А. С. 267-281. DOI: 10.34670/AR.2020.98.44.035

Ключевые слова

Индивидуально-психологические характеристики сотрудников организации, социальные представления, цифровые технологии, уровень субъективного контроля.

Введение

Одним из факторов, объединяющих людей в определённые сообщества, является единство *социальных представлений* достаточно больших групп общества относительно важных, значимых явлений их жизнедеятельности [Жодле, 2007, 381; Tateo, 2016, 403]. Технологии и продукты цифровой экономики стремительно вошли в повседневную жизнедеятельность общества, вызывая амбивалентное отношение, как и различные по контенту, структуре и

эмоциональному фону социальные представления. В проведенном исследовании предпринята попытка частично восполнить пробел, связанный с небольшим количеством исследований по этой теме, установив связь индивидуально-психологических характеристик пользователей с их социальными представлениями о субъективных критериях, частоте, направленности своего пользования новыми технологиями и продуктами цифровой экономики. Для сопоставления с социальными представлениями была выбрана индивидуально-психологическая характеристика *уровень субъективного контроля* (экстернальности/интернальности). Практика показывает, что во многих случаях наличие такой взаимосвязи имеет для респондентов высокую значимость в части выработки своих представлений о технологиях и продуктах цифровой экономики, для адаптации в новых условиях и ситуациях неопределённости, когда возникает необходимость сделать выбор или принять решение [Нестик, Журавлев, 2018, 9; Журавлев, Нестик, 2016, 12; Vishwanath, 2014, 321].

Материалы и методы

В качестве диагностического инструментария использованы: методика диагностики *уровня субъективного контроля* Дж. Роттера [Энциклопедия, 2009, 305-312], а также две авторские методики по выявлению социальных представлений.

Опросник *уровня субъективного контроля* (УСК) Дж. Роттера диагностирует локализацию контроля над значимыми событиями, в других словах - уровень личной ответственности, *интернальности/экстернальности*. В основе его лежит различие двух локусов контроля – интернального и экстернального и, соответственно, двух типов людей – интерналов и экстерналов [Быков, 2007, 49].

Методика УСК широко используется в диагностических целях [Конфисахор, Алексеевская, 2018, 7]. Опросник включает в себя 44 утверждения, ответы по которым позволяют определить 8 показателей. Для диагностики выбран Вариант Б, требующий ответов по бинарной шкале «согласен – не согласен». Для количественного и качественного анализа взяты значения по Шкале ИО – шкале общей интернальности. Высокий показатель по этой шкале соответствует высокому уровню субъективного контроля над любыми значимыми ситуациями. Такие люди считают, что большинство важных событий в их жизни является результатом их собственных действий, что они могут ими управлять, и, таким образом, они чувствуют свою собственную ответственность за эти события и за то, как складывается их жизнь в целом. Низкий показатель по шкале ИО соответствует низкому уровню субъективного контроля. Такие люди не видят связи между своими действиями и значимыми для них событиями жизни, не считают себя способными контролировать эту связь и полагают, что большинство событий и поступков являются результатом случая или действий других людей.

При обработке результатов мы ориентировались на инструкцию, предложенную С.В. Быковым, по которой каждое совпадение с ключом рассматривается как балл по шкале *общей интернальности* [Быков, 2007, 52].

Для выявления социальных представлений респондентов о технологиях и продуктах цифровой экономики использованы две методики, специально разработанные для исследования: Методика «Шкала пользователя» и методика «11шкал».

Методика «Шкала пользователя», направлена на выявление частоты пользования респондентами рядом наиболее распространённых цифровых технологий. Респондентам предлагалось оценить интенсивность своего использования в повседневной жизни пяти

цифровых технологий (онлайн-платежи, e-shopping, каршеринг, онлайн банк, соцсети), а также типичную практику своего поведения в ситуации предложения оставить на сайте личную информацию о себе. Методика включает 5 утверждений соответственно пяти выбранным технологиям, первая часть которых обозначает то или иное направление цифровых технологий, а вторая – варианты частоты их пользования. Шестое утверждение предлагает пользователю выразить свои представления относительно подходящей для него практики поведения, когда нужно оставить на сайте личную информацию.

Методика «Шкала» направлена на выявление социальных представлений респондентов относительно новых цифровых технологий в соответствии с 11-ю предложенными для оценки шкалами: удобно-неудобно; экономически выгодно-экономически невыгодно; современно-несовременно; упрощающее жизнь – усложняющее жизнь; безопасно- небезопасно; легко в освоении-сложно в освоении; инновационно – традиционно; полезно для здоровья – вредно для здоровья; легко в управлении – сложно в управлении; поддаётся контролю- не поддаётся контролю; ультрамодно- старомодно. Для оценки предлагалась 7-балльная шкала, в которой каждый полюс включал три различных варианта ответа и возможность выбора в зависимости от интенсивности того или иного обозначенного в шкалах параметра в соответствии с представлениями респондентов об их (параметрах) проявлениях в практике жизни и деятельности.

Результаты и их обсуждение

Количественный анализ взаимосвязи уровня субъективного контроля (экстернальности/интернальности) и социальных представлений респондентов относительно частоты и направленности использования технологий и продуктов цифровой экономики.

Для проверки возможной взаимосвязи был применён критерий для двух несвязанных выборок – критерий Манна-Уитни. Расчеты с применением критерия Манна-Уитни для двух групп – респондентов с низкими показателями экстернальности/интернальности и респондентов с высокими показателями экстернальности/интернальности – не показали значимых различий в ответах на вопрос о частоте использования цифровых технологий.

Проверена взаимосвязь представлений относительно частоты использования конкретной цифровой технологии (Методика «Шкала пользователя») и *уровня субъективного контроля* по каждому вопросу отдельно.

Для вопроса «Я покупаю в интернете» асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (см. табл. 1). Это означает, что значимых различий между группами нет. То есть уровень экстернальности/интернальности в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий. Тем не менее связь между показателями проявляет себя на уровне сильной тенденции.

Таблица 1 - Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики уровня субъективного контроля» для вопроса «Я покупаю в интернете»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0, 078

Для вопроса «Я пользуюсь разными услугами онлайн-банка» асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (см. табл. 2). Это означает, что значимых различий между группами нет. То есть уровень *субъективного контроля (экстернальности/ интернальности)* в данной

выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Для вопроса «Я пользуюсь услугами каршеринга» асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (см. табл. 3). Это означает, что значимых различий между группами нет. То есть уровень *субъективного контроля (экстернальности/интернальности)* в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 2 - Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики уровня субъективного контроля для вопроса «Я пользуюсь разными услугами онлайн-банка»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0,241

Таблица 3 - Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики уровня субъективного контроля для вопроса «Я пользуюсь услугами каршеринга»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0,668

Для вопроса «Я совершаю платежи онлайн» асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (см. табл. 4). Это означает, что значимых различий между группами нет. То есть уровень *субъективного контроля (экстернальности/интернальности)* в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 4 - Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики уровня субъективного контроля для вопроса «Я совершаю платежи онлайн»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0,194

Поскольку проведённый статистический анализ данных, полученных по предмету исследования – выявлению взаимосвязи индивидуально-личностных характеристик с социальными представлениями респондентов относительно пользования технологиями и продуктами цифровой экономики – в целом показал отрицательные результаты, было решено дополнить его проведением качественного анализа и визуализацией полученных данных. Ниже представлены результаты проведённого анализа.

Проведён качественный анализ данных респондентов по Методике Дж. Роттера и Методике «Шкала пользователя». Для анализа использовались показатели по Шкале 1 методики Дж. Роттера – Шкале общей интернальности. Взяли группу с высокими значениями (далее - ВЗ) по Шкале общей интернальности и низкими значениями (далее – НЗ) по Шкале общей интернальности и сравнили их с ответами респондентов по Методике «Шкала пользователя» (частота и направленность использования технологий и продуктов цифровой экономики) по каждому из 6 вопросов. Наиболее информативными оказались ответы по Вопросам 1 и 2. Результаты представлены на рисунках 1-8. Напомним, что высокие значения по методике Дж. Роттера соответствуют высокому уровню субъективного контроля над любыми значимыми ситуациями.

Сравнение по Вопросу 1. Респонденты с ВЗ в целом, как отражено в их социальных представлениях, проявляют большую активность в области покупок товаров и услуг в интернете, чем респонденты противоположной группы: – 38 % покупают *раз в месяц*, 25 % покупают *раз в неделю и чаще*, (см. рис. 1).

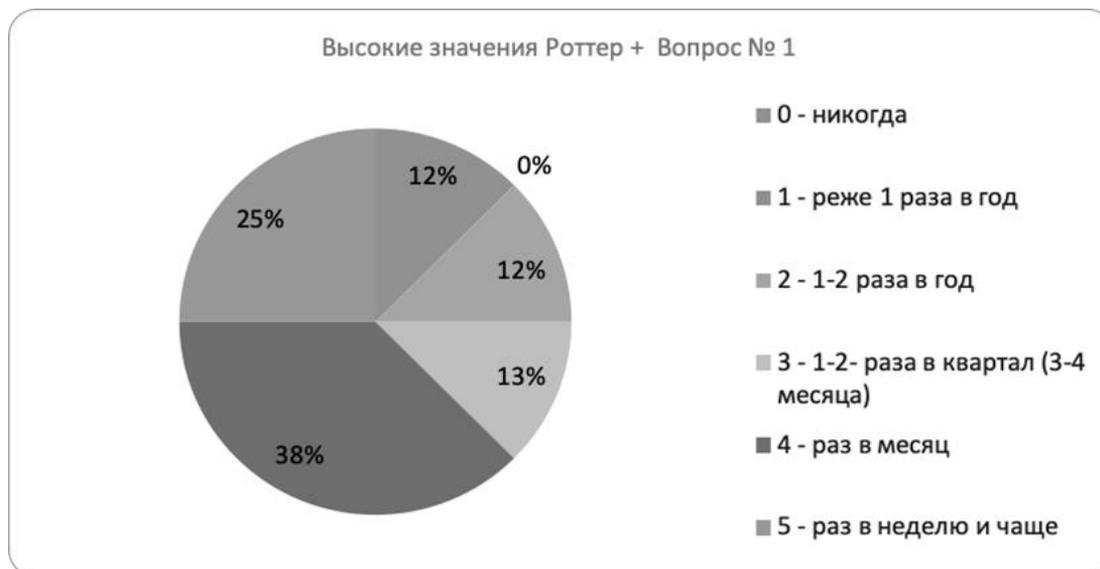


Рисунок 1 - Сравнение данных респондентов с высокими значениями (Методика Дж. Роттера) и их ответов по вопросу 1 Методики «Шкала пользователя»

Справа – обозначение номеров ответов по Вопросу 1 Методики «Шкала пользователя».

В то же время у респондентов с НЗ больше представлены покупки *1-2 раза в квартал (50 %)* (см. рис. 2).

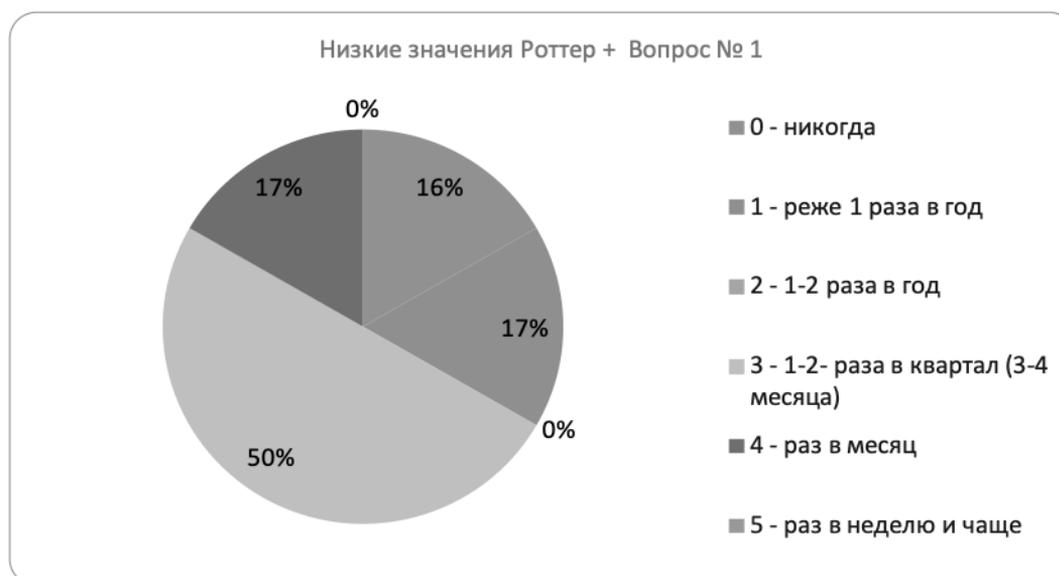


Рисунок 2 - Сравнение данных респондентов с низкими значениями (Методика Дж. Роттера) и их ответов по вопросу 1 Методики «Шкала пользователя»

Справа – обозначение номеров ответов по Вопросу 1 Методики «Шкала пользователя».

Сравнение по Вопросу 2. Результаты представлены на рисунках 3 и 4.

Как мы видим на рисунке 3, преобладающее большинство респондентов с ВЗ (67%) - пользуется услугами онлайн-банка: *раз в неделю и чаще*, другие – с меньшей частотой, и все – хотя бы *иногда*.

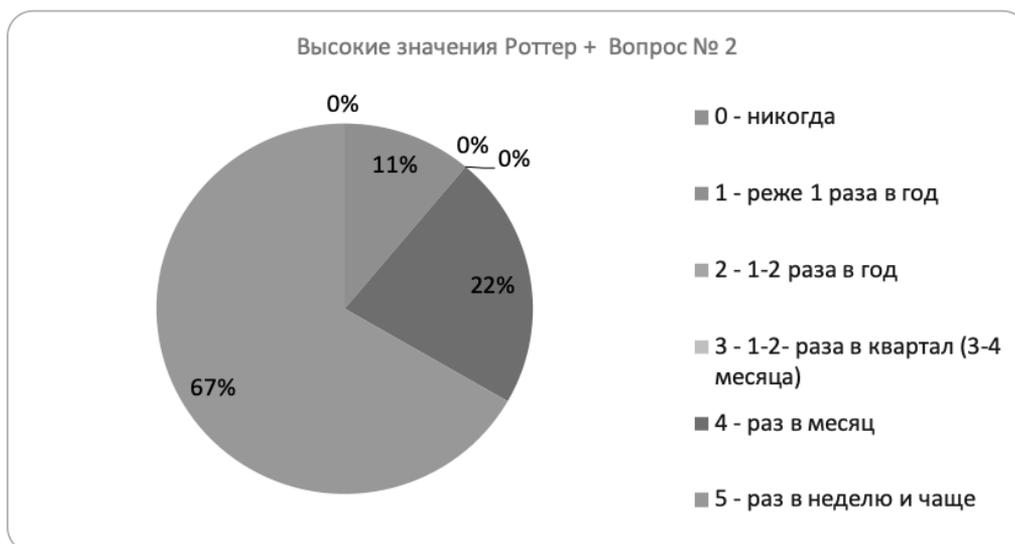


Рисунок 3 - Сравнение данных респондентов с высокими значениями (Методика Дж. Роттера) и их ответов по вопросу 2 Методики «Шкала пользователя»

Справа – обозначение номеров ответов по Вопросу 2 Методики «Шкала пользователя».

У респондентов с НЗ – ответы распределились по-другому: есть ответ - *никогда* (17%), *раз в неделю* пользуются только 17% респондентов (см. рис. 4). Почти треть респондентов (33%) используют технологии и товары цифровой экономики только *раз в месяц*.

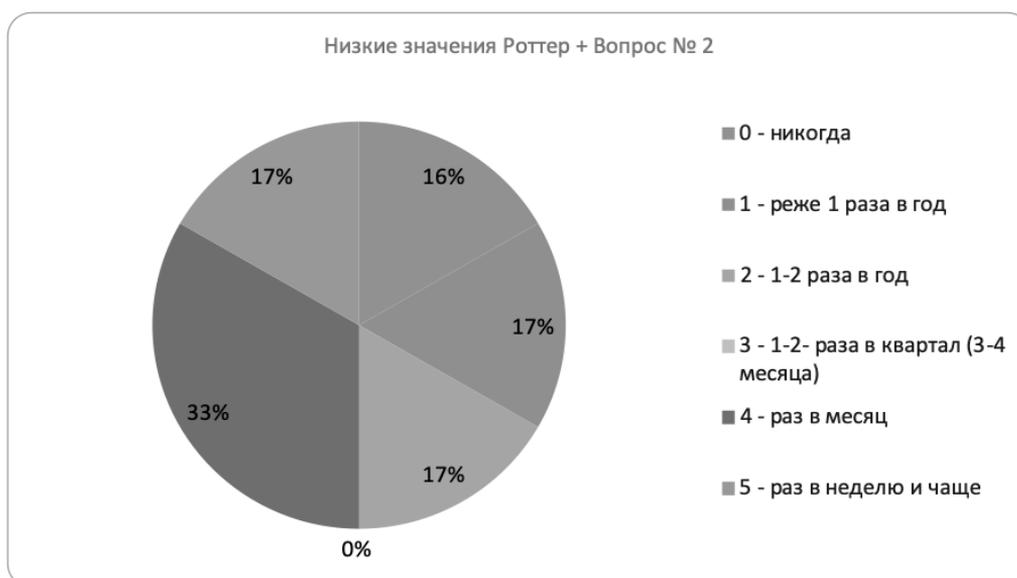


Рисунок 4 - Сравнение данных респондентов с низкими значениями (Методика Дж. Роттера) и их ответов по вопросу 2 Методики «Шкала пользователя»

Справа – обозначение номеров ответов по Вопросу 2 Методики «Шкала пользователя».

Для сравнения ответов респондентов по Методике Дж. Роттера и Методике «11 шкал» были взяты результаты ответов по Шкалам 2 и 5. Они представлены на рисунках 5-8.

На рисунках 5 и 6 отражены данные респондентов с высокими (см. рис. 5) и низкими (см. рис. 6) значениями (Методика Дж. Роттера) и их ответов по шкале 2 Методики «11 шкал». Справа – обозначение номеров ответов по Шкале 2 Методики 5 (*Экономически выгодно - экономически невыгодно*). Из Методики «11 шкал» деления шкалы со значениями 1 и 2 балла (*экономически невыгодно*) не были использованы в обработке по причине отсутствия данных по респондентам.

Как видно по рисунку 5, респонденты с ВЗ выбирают самый высокий балл по шкале 2 в 56% случаев, тогда как респонденты с НЗ – в 20%. Ещё одно видимое различие – респонденты с НЗ чаще (40%), чем противоположная группа, выбирают ответ 0 (*Не знаю, затрудняюсь ответить*). У этих же респондентов (НЗ) появляются ответы со значением «*Экономически невыгодно*» («очень» невыгодно), тогда как у респондентов с ВЗ таких ответов вообще нет (см. рис. 6).



Рисунок 5 - Сравнение данных респондентов с высокими значениями (Методика Дж. Роттера) и их ответов по шкале 2 Методики «11 шкал»

Справа – обозначение номеров ответов по Шкале 2 Методики (*Экономически выгодно - экономически невыгодно*).

Справа – обозначение номеров ответов по Шкале 2 Методики «11 шкал» (*Экономически выгодно-экономически невыгодно*).

На рисунках 7 и 8 отражены данные по ответам респондентов по Методике Роттера и Методике «11 шкал», шкале 5 (*Безопасно - небезопасно*). Как видим, у респондентов с ВЗ более ярко представлен сегмент выборов высокого балла (3 – «очень» безопасно) шкалы 5 (*Безопасно-небезопасно*), тогда как у респондентов с НЗ этот сегмент представлен меньшими значениями (2 балла).

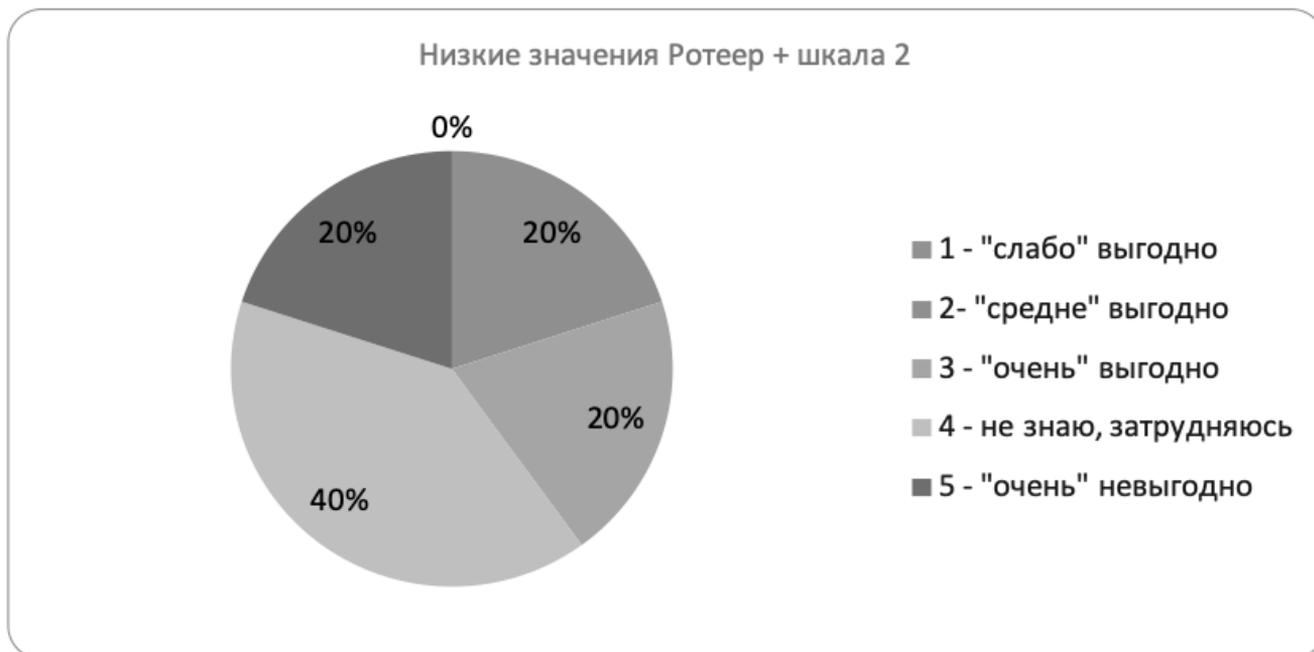


Рисунок 6 - Сравнение данных респондентов с низкими значениями (Методика Роттера) и их ответов по шкале 2 Методики «11 шкал»



Рисунок 7 - Сравнение данных респондентов с высокими значениями (Методика Роттера) и их ответов по шкале 5 Методики «11 шкал»

Справа – обозначение номеров ответов по Шкале 5 Методики «11 шкал» (*Безопасно - небезопасно*).



Рисунок 8 - Сравнение данных респондентов с низкими значениями (Методика Роттера) и их ответов по шкале 5 Методики «11 шкал»

Справа – обозначение номеров ответов по Шкале 5 Методики «11 шкал» (*Безопасно – небезопасно*).

Был проведён количественный анализ данных по Методике «11шкал» (все шкалы) и методике диагностики уровня субъективного контроля. По шкале 4 методики «11шкал» (*упрощающее жизнь – усложняющее жизнь*) получены достоверно значимые различия. Ниже представлена таблица 5 с полученными результатами.

Таблица 5 - Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики уровня субъективного контроля Дж. Роттера для шкалы «Упрощающее жизнь-Осложняющее жизнь» (Методика «11шкал»)

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0, 041

Асимптотическая значимость оказалась меньше 0,05 (см. табл. 5). Это означает, что существуют значимые различия между группами. То есть *уровень субъективного контроля (экстернальности/интернальности)* связан с социальными представлениями о цифровых технологиях, относящимися к области их *сложности-простоты для жизни*.

Заключение

Полученные в ходе проведенного исследования результаты позволяют сформулировать следующие выводы.

Проверка гипотезы относительно взаимосвязи индивидуально-психологической характеристики *уровень субъективного контроля* респондентов и их социальных представлений о технологиях и продуктах цифровой экономики с использованием диагностических методик, количественного и качественного анализа в целом не показала значимых различий в ответах на

вопросы о частоте и направленности использования технологий и продуктов цифровой экономики. Об этом свидетельствуют расчеты с применением критерия Манна-Уитни, проведенные для двух групп респондентов – с низкими и высокими показателями *уровня субъективного контроля* (экстернальности/ интернальности).

Более интересными представляются результаты, полученные при помощи Методике диагностики уровня субъективного контроля Дж. Роттера и Методике «Шкала пользователя» по каждому вопросу в отдельности. Например, для вопроса «Я покупаю в интернете...» связь между показателями проявилась на уровне сильной тенденции. Таким образом, можно предположить, что при повышении *уровня субъективного контроля* (перемещении по шкале экстернальности/интернальности от меньшей интернальности к большей) – будет увеличиваться активность респондентов относительно онлайн-покупок.

Выявлены значимые различия между показателями в ходе количественного (статистического) анализа сопоставления данных по шкале «Упрощающее жизнь – усложняющее жизнь» Методики «11 шкал» и по Методике диагностики уровня субъективного контроля Дж. Роттера. Другими словами, *уровень субъективного контроля (экстернальности/интернальности)* значимо связан с социальными представлениями респондентов о технологиях и продуктах цифровой экономики, относящимися к области их *сложности – простоты для жизни*.

Проведён качественный анализ сравнения данных респондентов по Методике Дж. Роттера и Методике «Шкала пользователя» по каждому из 6 вопросов Методики «Шкала пользователя». Для анализа использовались показатели по Шкале 1 методики Дж. Роттера – Шкале общей интернальности - двух групп респондентов: с высокими и низкими значениями по Шкале общей интернальности. Наиболее информативными оказались ответы по Вопросам 1 и 2 Методики «Шкала пользователя» (Вопрос 1: *Я покупаю в Интернете (товары и услуги) ...*; Вопрос 2: *Я пользуюсь разными услугами онлайн-банка...*).

Преобладающее большинство респондентов с высокими значениями по шкале общей интернальности Методики Дж. Роттера проявляют большую активность в области покупок товаров и услуг в интернете, чем респонденты противоположной группы. Они также чаще пользуются услугами онлайн-банка: значительная часть – *раз в неделю и чаще*, другие – с меньшей частотой, и все – хотя бы *иногда*. У респондентов с низкими значениями по шкале общей интернальности Методики Дж. Роттера больше представлены покупки *1-2 раза в квартал* (50 %).

Сравнение ответов респондентов по Методике диагностики уровня субъективного контроля Дж. Роттера и Методике «11 шкал» по шкалам «*экономически выгодно – экономически невыгодно*» и «*безопасно-небезопасно*» показало, что респонденты с высокими значениями по методике Дж. Роттера выбирают самый высокий балл по шкале «*экономически выгодно*» в 56% случаев, тогда как респонденты с низкими значениями – в 20%. Ещё одно видимое различие – респонденты с низкими значениями часто (40%) выбирают ответ «*не знаю, затрудняюсь ответить*». У этих же респондентов появляются ответы со значением «*экономически невыгодно*», тогда как у противоположной группы респондентов таких ответов вообще нет. Были выявлены различия между двумя группами респондентов и в ответах по шкале «*безопасно – небезопасно*». У респондентов с высокими значениями по шкале общей интернальности более ярко представлен сегмент выборов высокого балла (3 – «очень безопасно») шкалы «*безопасно – небезопасно*», тогда как у противоположной группы этот сегмент представлен меньшими значениями (2 балла).

Полученные в проведенном исследовании результаты позволили частично сформировать психологический портрет человека, активно использующего новые продукты и технологии цифровой экономики. С большой долей вероятности он предполагает, что важные события его жизни являются результатом его собственных действий и что он может ими управлять. Таким образом, он чувствует свою личную ответственность за эти события и за то, как складывается его жизнь в целом. Он также уверен, что использование новых продуктов и технологий цифровой экономики экономически выгодно, а в отношении ставших привычными продуктов и технологий - безопасно. Он активен в применении таких технологий и продуктов, как онлайн-банк, соцсети, покупка товаров и услуг через интернет. Его не смущает фактор сложности использования технологий и продуктов, так как он уверен в действенности своих усилий по освоению нового.

Библиография

1. Быков С.В. Возможности опросника УСК для диагностики локус контроля личности в асоциальных подростковых группах // Вестник Самарской гуманитарной академии. 2007. № 2. С. 45-59.
2. Журавлев А.Л., Нестик Т.А. Психологические факторы негативного отношения к новым технологиям // Психологический журнал. 2016. № 6. С. 5-14.
3. Жодле Д. Социальное представление: феномены, концепт и теория// Социальная психология / Под ред. С. Московичи. – М.: СПб: Питер, 2007. С. 372-394.
4. Конфисахор А.Г., Алексеевская В.В. Выявление стратегий поведения в конфликте и типов локуса контроля, определяющих готовность к геоэкономическим изменениям // Психолог. 2018. № 2. С. 1-12. DOI: 10.25136/2409-8701.2018.2.25602.
5. Нестик Т.А., Журавлев А.Л. Социально-психологическая детерминация готовности личности к использованию новых технологий// Психологический журнал. 2018. Т. 39. №5. С.5-14.
6. Энциклопедия психодиагностики. Психодиагностика взрослых, 2009. Издательский Дом «Бахрах-М», Самара, Россия. – 704 с.
7. Tateo L. Représentations sociales et nouvelles technologies // Les représentations sociales. Théories, méthodes et applications. Sous la dir. De G. Lo Monaco, S. Delouée, P. Rateau. Louvain-la-Neuve, 2016. P. 399-407. [Электронный ресурс]. URL – <http://ru.calameo.com/read/00001585683286de9c666>.
8. Vishwanath A. The psychology of the diffusion and acceptance of technology// The Handbook of Psychology of Communication Technology / Ed. S.S. Sundar. Malden, MA: WileyBlackwell, 2014. P. 314-331.
9. Алексейчева Е.Ю. Проблемы использования технологий информатизации в образовании // Новое в науке и образовании. Сборник трудов международной ежегодной научно-практической конференции. Ответственный редактор Ю.Н. Кондракова. 2018. М.: ООО "Макс Пресс". 2018. С. 15–22.
10. Алексейчева Е.Ю., Скубрий Е.В., Черкашин О.Ю. Образование: показатели оценки и вопросы его совершенствования в целях развития инновационной экономики // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2019. № 1 (19). С. 99–110. DOI: 10.25688/2312-6647.2019.19.1.09

An empirical study of the relationship between the level of subjective control (externality/internality) of the organization's employees and their social ideas about technologies and products digital economy

Ol'ga M. Artamonova

Student,
Paracelsus University,
125040, 5/1, 5th street Yamskogo polya, Moscow, Russian Federation;
e-mail: artamonova007@mail.ru

Anastasiya D. Volkova

Graduate student,
National Research University
Higher School of Economics,
101000, 20 Myasnitskaya str., Moscow, Russian Federation,
Junior researcher,
Central Economic and Mathematical Institute of the Russian Academy of Sciences,
117418, 47 Nakhimovsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: volkova.nst@mail.ru

Tat'yana A. Kostina

Junior researcher,
Central Economic and Mathematical Institute of the Russian Academy of Sciences,
117418, 47 Nakhimovsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: kostina1@yandex.ru

Sergei N. Larin

PhD in technical Sciences, leading researcher,
Central Economic and Mathematical Institute of the Russian Academy of Sciences,
117418, 47 Nakhimovsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: sergey77707@rambler.ru

Nataliya V. Noakk

PhD in psychological Sciences, leading researcher,
Central Economic and Mathematical Institute of the Russian Academy of Sciences,
117418, 47 Nakhimovsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: n.noack@mail.ru

Abstract

The rapid entry into the daily life of society of an increasing number of technologies and products of the digital economy often causes users to have an ambivalent attitude towards them, while also forming social representations of users with different content, structure and emotional backgrounds regarding the practice of using such technologies and products. These circumstances, of course, indicate the high relevance of the subject of this article.

The main objective of this study is to study the relationship of the individual psychological characteristics of the organization's employees, on the one hand, and their social perceptions regarding the use of technologies and products of the digital economy, on the other. The level of subjective control (externality / internality) is taken as an individual psychological characteristic in this work.

As a tool for identifying the level of subjective control, the method of J. Rotter was used. Social representations of the organization's employees were determined using specially developed tools of

the “User Scale” Methodology and the “11scal” Methodology. Their analysis was carried out on a number of parameters. When processing the results, methods of qualitative and quantitative analysis were used.

The hypothesis about the relationship between the individual psychological characteristics of the organization’s employees and their social perceptions regarding the use of technologies and products of the digital economy was partially confirmed. A possible interpretation of the results is presented.

For citation

Artamonova O.M., Volkova A.D., Kostina T.A., Larin S.N., Noakk N.V. (2020) Empiricheskoe issledovanie vzaimosvyazi urovnya sub"ektivnogo kontrolya (eksternal'nosti/internal'nosti) sotrudnikov organizatsii i ikh sotsial'nykh predstavlenii o tekhnologiyakh i produktakh tsifrovoi ekonomiki [An empirical study of the relationship between the level of subjective control (externality/internality) of the organization’s employees and their social ideas about technologies and products digital economy]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 9 (2A), pp. 267-281. DOI: 10.34670/AR.2020.98.44.035

Keywords

Individual psychological characteristics of employees of the organization, social representations, digital technologies, level of subjective control.

References

1. Bykov S.V. (2007) *Vozmozhnosti oprosnika USK dlya diagnostiki lokus kontrolya lichnosti v asocial'nyh podrostkovykh gruppah* [Possibilities of the USK questionnaire for diagnosing the locus of personality control in asocial adolescent groups] In: *Vestnik Samarskoj gumanitarnoj akademii* [Bulletin of the Samara Humanitarian Academy]. No. 2. pp. 45-59.
2. Zhuravlev A.L., Nestik T.A. (2016) *Psichologicheskie faktory negativnogo otnosheniya k novym tekhnologiyam* [Psychological factors of the negative attitude to new technologies] In: *Psichologicheskij zhurnal* [Psychological journal]. No. 6. pp. 5-14.
3. Zhodle D. (2007) *Social'noe predstavlenie: fenomeny, koncept i teoriya* [Social representation: phenomena, concept and theory] In: *Social'naya psikhologiya* [Social Psychology] / Ed. S. Moskovichi. – M.: St. Petersburg: Peter. pp. 372-394.
4. Konfisahor A.G., Alekseevskaya V.V. (2018) *Vyyavlenie strategij povedeniya v konflikte i tipov lokusa kontrolya, opredelyayushchih gotovnost' k geoekonomicheskim izmeneniyam* [Identification of behavioral strategies in conflict and types of locus of control that determine readiness for geo-economic changes] In: *Psikholog* [Psychologist]. No. 2. pp. 1-12. DOI: 10.25136/2409-8701.2018.2.25602. [Electronic resource]. URL – https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25602.
5. Nestik T.A., Zhuravlev A.L. (2018) *Social'no-psichologicheskaya determinatsiya gotovnosti lichnosti k ispol'zovaniyu novykh tekhnologij* [Socio-psychological determination of a person’s readiness to use new technologies] In: *Psichologicheskij zhurnal* [Psychological Journal]. Vol. 39. No. 5. pp. 5-14.
6. *Enciklopediya psihodiagnostiki. Psihodiagnostika vzroslykh* [Encyclopedia of psychodiagnosics. Adult Psychodiagnosics] (2009). *Izdatel'skij Dom «Bahrah-M»* [Bahrah-M Publishing House], Samara, Russia. – 704 p.
7. Täteo L. (2016) Représentations sociales et nouvelles technologies // Les représentations sociales. Théories, méthodes et applications. Sous la dir. De G. Lo Monaco, S. Delouvé, P. Rateau. Louvain-la-Neuve. pp. 399-407. [Electronic resource]. URL - <http://en.calameo.com/read/00001585683286de9c666>.
8. Vishwanath A. (2014) The psychology of the diffusion and acceptance of technology In: *The Handbook of Psychology of Communication Technology* / Ed. S.S. Sundar. Malden, MA: Wiley Blackwell. pp. 314-331.
9. Alekseicheva E.Yu. (2018) *Problemy ispol'zovaniya tekhnologii informatizatsii v obrazovanii* [Problems of using informatization technologies in education] *Novoe v nauke i obrazovanii. Sbornik trudov mezhdunarodnoi ezhegodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Otvetstvennyi redaktor Yu.N. Kondrakova. M.: OOO "Maks Press".* [The

-
- International Annual Scientific and Practical Conference “New in Science and Education”, organized by Jewish University. Ed. by Kondrakova Yu. N. Moscow: MAKS Press], pp. 15-22
10. Alekseicheva E.Yu., Skubrii E.V., Cherkashin O.Yu. (2019) Obrazovanie: pokazateli otsenki i voprosy ego sovershenstvovaniya v tselyakh razvitiya innovatsionnoi ekonomiki [Education: Assessment Indicators and Issues of Its Improvement in Order to Develop an Innovative Economy]. Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Ehkonomika [Vestnik of Moscow City University. Series «Economics»], 1, pp. 99-110.