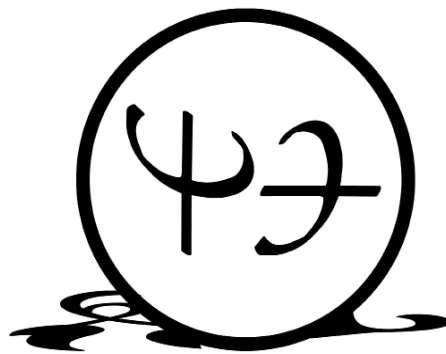




РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПОВОЛЖСКИЙ
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
ИМЕНИ П.А.СТОЛЫПИНА

ПСИХОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

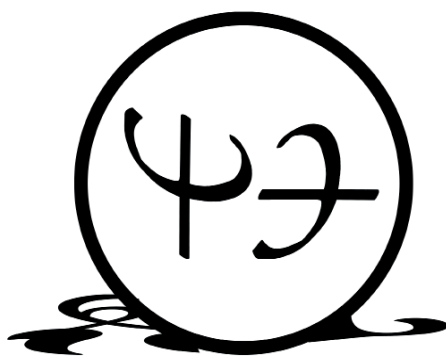


2020
Том 7 (13)
№3



STOLYPIN VOLGA
REGION INSTITUTE
OF ADMINISTRATION

JOURNAL OF PSYCHO-ECONOMICS



2020
Volume 7 (13)
№3

Научный журнал
ПСИХОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ

Journal of
PSYCHOECONOMICS

Редакционная коллегия:

Главный редактор

д-р экон. наук, профессор **А.Н. Неверов**

Зам. гл. редактора

канд. психол. наук, доцент **А.В. Неверова**
д-р экон. наук, профессор **А.Ю. Маркелов**

Члены редколлегии

канд. ист. наук, доцент **А.А. Конопленко**
д-р. филос. наук, профессор **С.И. Мозгилин**
канд. экон. наук, доцент **И.В. Саунин**
канд. психол. наук, доцент **Н.Ю. Стояхина**
д-р психол. наук, профессор **А.И. Худяков**

Ответственный секретарь

А.Т. Магальян

Учредитель

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Художественное оформление обложки

А.Ю. Маркелов, А.Н. Неверов

© Коллектив авторов, 2020

© Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина, 2020

© Центр психолого-экономических исследований СНЦ РАН, 2020

Издатель: АННИО «Институт психолого-экономических исследований»

Адрес издателя: 410012, Россия, г. Саратов, ул. Московская, 164, 2110.

Журнал выходит четыре раза в год:
в марте, июне, сентябре и декабре
Материалы принимаются
круглогодично

Editorial board:

Editor-in-Chief:

Sc.D., prof. **A.N. Neverov**

Co-Editors

Ph.D., assoc. prof. **A.V. Neverova**
Sc.D., prof. **A.Yu. Markelov**

Associate Editors

Ph.D., assoc. prof. **A.A. Konoplenko**

Sc.D., prof. **S.I. Mosgilin**

Ph.D., assoc. prof. **I.V. Saunin**

Ph.D., assoc. prof. **N.Yu. Stoukhina**

Sc.D., prof. **A.I. Khudiakov**

Managing Editor

А.Т. Magalyan

Founder

The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Cover design

А.Ю. Markelov, А.Н. Neverov

© Group of authors, 2020

© Stolypin Volga Region Institute of Administration, 2020

© Center of Psycho-Economic researches SSC RAS, 2020

Publisher: ANNIO «Institute of PsychoEconomic researches»

Address of the publisher: 410012, Russia, Saratov, Moskovskaya street, 164, 2110.

The journal is published 4 issues per year:
March, June, September and December
Materials are accepted
all-the-year-round

Редакционный совет

Advisory Editors

В.Л. Чепляев канд. соц. наук, профессор (председатель редсовета) (Саратов, Россия)	V.L. Cheplyaev Ph.D., prof (chairman of editorial council) (Saratov, Russia)
Н.И. Гвоздева д-р. экон. наук, профессор (со-председатель) (Саратов, Россия)	N.I. Gvozdeva Sc.D., prof (co-chairman of editorial council) (Saratov, Russia)
М. Альтман д-р экономики, проф. (Веллингтон, Новая Зеландия)	M. Altman Ph. D., prof. (Wellington, New Zealand)
Э. Брендштаттер д-р психологии, проф. (Линц, Австрия)	E. Brandstaetter Ph. D., prof. (Linz, Austria)
С.А. Булгакова д-р экон. наук, проф. (Саратов, Россия)	S.A. Bulgakova Sc. D., prof. (Saratov, Russia)
О.С. Дейнека д-р психол. наук, проф. (Санкт-Петербург, Россия)	O.S. Deyneka Sc. D., prof. (St. Petersburg, Russia)
А.Н. Демин д-р психол. наук, проф. (Краснодар, Россия)	A.N. Demin Sc. D., prof. (Krasnodar, Russia)
А.Л. Журавлев д-р психол. наук, проф. академик РАН. (Москва, Россия)	A.L. Zhuravlev Sc. D., prof., Mem. of the RAS (Moscow, Russia)
Б. Йоргенсен д-р психологии (Бендиго, Австралия)	B. Jorgensen Ph. D. (Bendigo, Australia)
Э. Кишлер д-р психологии, проф. (Вена, Австрия)	E. Kirchler Ph. D., prof. (Vena, Austria)
Д. Лейзер д-р психологии, проф. (Беэр-Шева, Израиль)	D. Leiser Ph. D., prof. (Beer Sheva, Israel)
В.А. Мазилев д-р психол. наук, проф. (Ярославль, Россия)	V.A. Mazilov Sc. D., prof. (Yaroslavl, Russia)
С.Б. Малых д-р психол. наук, проф. акад. РАО (Москва, Россия)	S.B. Malykh Sc. D., prof. Mem. of the RAE (Moscow, Russia)

А.Ф. Пантелеев канд. психол. наук, доц. (Саратов, Россия)	A.F. Panteleev Ph. D., assoc. prof. (Saratov, Russia)
В.П. Позняков д-р психол. наук, проф. (Москва, Россия)	V.P. Poznyakov Sc. D., prof. (Moscow, Russia)
А.Н. Поддьяков д-р психол. наук, проф. (Москва, Россия)	A.N. Poddyakov Sc. D., prof. (Moscow, Russia)
Е.В. Попов д-р экон. наук, д-р ф.-м. наук, проф., член-корр. РАН (Екатеринбург, Россия)	E.V. Popov Sc. D., prof. Crspd. Mem. of the RAS (Ekaterinburg, Russia)
Б.И. Пружинин д-р филос. наук, проф. (Москва, Россия)	B.I. Pruzhinin Sc. D., prof. (Moscow, Russia)
В.А. Русановский д-р экон. наук, проф. (Саратов, Россия)	V.A. Rusanovskiy Sc. D., prof. (Saratov, Russia)
В.Е. Семенов д-р психол. наук, проф. (Санкт-Петербург, Россия)	V.E. Semenov Sc. D., prof. (St. Peterburg, Russia)
О.С. Сухарев д-р экон. наук, проф. (Москва, Россия)	O.S. Sukharev Sc. D., prof. (Moscow, Russia)
Ю.В. Федорова д-р экон. наук, проф. (Москва, Россия)	Yu.V. Fedorova Sc. D., prof. (Moscow, Russia)
Н.В. Шахматова д-р соц. наук, проф. (Саратов, Россия)	N.V. Shakhmatova Sc. D., prof. (Saratov, Russia)

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENT

Колонка редакции	10	From editorial board
<i>Неверова А.В.</i> Поведенческий подход к управлению: Абсолютная свобода или тотальный контроль? (первые Итоги Второго международного Саратовского Экономико-психологического форума)	11	<i>Neverova A.V.</i> Behavioral insight for administration: Absolute freedom or total control? (The first summation of the Second International Saratov Economic and Psychological Forum)
Фундаментальные психолого-экономические исследования	14	Basic psycho-economics researches
<i>Дёмин А.Н.</i> Психология скорости как инструмент анализа социально-экономических изменений	14	<i>Dyomin A.N.</i> Psychology of speed as a tool for analysis of socio-economic changes
<i>Китова Д.А., Журавлев А.Л.</i> Особенности развития национальных экономик как основа становления макроекономической психологии	20	<i>Kitova J.A., ZHuravlev A.L.</i> Features of the development of national economies as the basis of formation macroeconomic psychology
Инструментарий психолого-экономических исследований	28	Tools of psycho-economics researches
<i>Забелина Е.В., Честюнина Ю.В.</i> Экономическая активность людей пенсионного возраста: результаты адаптации методики	28	<i>Zabelina E.V., Chestyunina Y.V.</i> Economic activity of the people of the retirement age: results of adaptation of the questionnaire
Эмпирические и экспериментальные исследования	35	Empirical and experimental researches
<i>Фоломеева Т.В., Климочкина Е.Н.</i> Роль социальных метакогниций в процессе выбора актуальных тенденций современности	35	<i>Folomeeva T.V., Klimochkina E.N.</i> The role of social metacognities in the choice process current trends of modernity
<i>Спасенников В.В., Голубева Г.Ф.</i> Диагностика тревожности и монетарного поведения студенческой молодежи с позиций экономической психологии	41	<i>Spasennikov V.V., Golubeva G.F.</i> Diagnostics of anxiety and monetary behavior of student youth from the position of economic psychology

История и методология	49	History and methodology
<i>Мазилев В.А.</i> Экономика и психология: методологические проблемы взаимодействия	49	<i>Mazilov V.A.</i> Economics and Psychology: The methodological problem of interaction
<i>Стояхина Н.Ю., Костригин А.А.</i> Лига «время» и «прозаседавшие»: научная организация труда в собраниях	63	<i>Stoukhina N.Yu., Kostargin A.A.</i> Time and «Oversitters»: The scientific management principles in meetings
Экономическое пространство и психология образа жизни	70	Economic space and psychology of life way
<i>Петрушин С.В.</i> Лидер 21 века: резонансное лидерство	70	<i>Petrushin S.V.</i> Leader of the 21 century: The resonant leadership
<i>Грудина С.И.</i> Развитие человеческого капитала в условиях становления цифровой экономики	75	<i>Grudina S.I.</i> Development of human capital in the conditions of the formation of the digital economy
<i>Резапкина Г.В.</i> К вопросу о соотношении внутренних и внешних мотивов поведения	79	<i>Rezapkina G.V.</i> To the question about ratio internal and external motives of behavior
Круглые столы и дискуссии	85	Round tables and discussions
<i>Худяков А.И., Головинский А.А.</i> Энтропийная модель морально-политического и психологического состояния воинского коллектива	85	<i>Golovinsky A.A., Khudyakov A.I.</i> Entropic model of the moral, political and psychological state of the military collective
Круглые столы и дискуссии	92	Round tables and discussions
<i>ван Котен С.</i> Саморегулирование и правительственный надзор. Теоретическое и экспериментальное исследование	92	<i>van Koten S.</i> Self-regulation and governmental oversight. A theoretical and experimental study

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

В международном журнале «Психолого - экономические исследования» публикуются оригинальные исследования, с четко выраженной авторской позицией и существенной научной новизной.

Статья предоставляется в редакцию на русском и/или английском языках по электронной почте **redactor@ipei.ru**, или на электронном (CD-R, CD-RW) и бумажном носителях, по адресу:

410012, Саратов, ул. Московская, 164, ауд. 2110, Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина, ЦПЭИ при СНЦ РАН.

Требования к оформлению:

Текст материалов должен быть набран в редакторе Microsoft Word версий 97 и позднее. Шрифт 14 кегль TimesNewRoman через одинарный интервал. Поля: нижнее – 30 мм.; верхнее – 30 мм.; левое – 30мм.; правое – 30 мм. Объем предоставляемых материалов – от 5 до 30 страниц, ссылки на литературу – подстрочные и оформляются в соответствии с правилами библиографического описания согласно действующему ГОСТ 2008 г. (русскоязычный вариант вместе с зарубежными источниками). Правила описания одинаковы для всех источников, отечественных и иностранных.

В начале статьи должны быть представлены следующие данные:

- название статьи (на русском и английском языках);
- сведения об авторе с указанием: фамилии, имени, отчества полностью, места работы, должности, ученой степени, ученого звания, города, страны; полного почтового адреса для пересылки авторского экземпляра журнала, e-mail, контактного телефона (на русском и английском языках);
- аннотация к статье должна быть информативной, содержательной, оригинальной и четко структурированной в соответствии с логикой повествования (на русском и ан-

INFORMATION FOR AUTHORS

In the international journal «Psychoeconomics» there are published original researches with the accurately expressed author's position and essential scientific novelty.

Articles are given to the editorial office in English and Russian languages at e-mail: **redactor@ipei.ru** or in electronic format (CD-R, CD-RW) and paper form, at address:

410012, Saratov, Moskovskaya street, 164, 2110, Stolypin Volga Region Institute of Administration, The Center of Psycho-Economic Researches at SSC RAS.

Requirements to execution:

The text of materials should be typed in Microsoft Word versions 97 and later. Font 14 (point size Times New Roman), through single interval. Margin: tail – 30 mm., head – 30 mm., left – 30 mm., right – 30 mm. Size of provide materials – from 5 to 30 pages; references – footnotes and should be made in accordance with the rules of the bibliographic description. Description Rules are the same for all sources, domestic and foreign.

At the beginning of the article should be presented the following information:

- The name of the article (in Russian and English);
- Information about the author: surname, first name, middle name completely, place of work, position, scientific degree, academic rank, city, country, full postal address for sending the author copies of the journal, e-mail, contact telephone number (in Russian and English);
- Abstract should be informative, meaningful, original and clearly structured according to the logic of the narrative (in Russian and English);

глийском языках);

– ключевые слова (от 3 до 7) (на русском и английском языках).

Возможна услуга перевода на аглийский язык редакцией журнала.

Названия файла на электронном носителе должны содержать фамилию автора (ов).

Редакционный совет осуществляет рецензирование каждого предоставленного материала, на основе заключения производится прием статей к печати. Рецензии предоставляются для ознакомления автору.

По предварительному согласованию с редакцией журнала к публикации также принимаются анонсы всероссийских и международных конференций, симпозиумов и семинаров.

Все представляемые материалы подлежат обязательной проверке на наличие некорректных заимствований.

– Key words (from 3 to 7 words) (in Russian and English).

It is available the service of translation to Russian by the redaction.

File name in electronic form should contain the name of the author (s).

Editorial advice reviews each given material on the basis of which reception of articles for printing is carried out. Reviews are given for acquaintance to the author.

By prior agreement with the editorial board there are also accepted for publication announcements of national and international conferences, symposia and workshops.

All submissions are subject to the obligation to check for incorrect borrowing.

Наши электронные адреса:

e-mail: psychecon@gmail.com

URL: www.cper.ru

Подписано в печать 29.09.20 г.

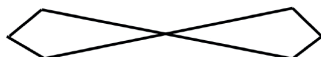
Формат 60х84^{1/8}.

Бумага типогр. №1. Печать Riso

Уч.-изд. л. 16,5. Усл.печ. л. 17,6.

*Тираж 1000 экз. Заказ 3
410012, Сартов, ул.Московская, 164.*

ЭМПИРИЧЕСКИЕ И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



EMPERICAL AND EXPERIMENTAL RESEARCHES

Татьяна Владимировна Фоломеева

(канд. психол. наук, доцент

факультет психологии

Московского государственного университета

им. М.В. Ломоносова

г. Москва, Россия)

tfolomeeva@gmail.com

Екатерина Николаевна Климочкина

(аспирант

факультет психологии

Московского государственного университета

им. М.В. Ломоносов

г. Москва, Россия)

kattklim@gmail.com

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕТАКОГНИЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ВЫБОРА АКТУАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ СОВРЕМЕННОСТИ

В статье раскрывается роль социальных метакогниций в процессе выбора актуальных тенденций современности. Социальные метакогниции, по мнению авторов статьи, смягчают недостаточность индивидуальных метакогнитивных ресурсов, позволяют распределять метакогнитивные обязанности между членами группы, повышают видимость индивидуальных метакогнитивных способностей. Представлены результаты эмпирического исследования (n=40). Исследование базировалось на использовании опросника

метакогнитивной включенности в деятельность, который позволяет оценить уровень метакогнитивной включенности, также была использована «Краткая версия опросника метакогнитивных убеждений», что дало возможность получить информацию о способах контроля и регуляции при переработке информации на мета-уровне. Исследование включало в себя несколько этапов. Первая часть исследования состояла из анализа актуальных тенденций и интервью с участниками, вторая часть предполагала ведение индивидуальных дневников и групповой работы. Было установлено, что участники, которым не хватает знаний, уверенности сделать выбор о актуальных тенденциях в индивидуальной работе компенсируют это за счет знания о собственных метакогнициях, тем самым, в командной работе индивиды нивелируют индивидуальные недостатки. Командная работа предоставляет индивиду дополнительные ресурсы в виде других участников, что повышает общую значимость работы за счет вклада индивидуальных метакогниций.

Ключевые слова: метакогниции, социальные метакогниции, тенденции, метакогнитивная включенность, метакогнитивные убеждения

Tatiana V. Folomeeva

(Ph.D. (Psychology), associate professor
psychology faculty
Moscow State University them. M.V. Lomonosov
Moscow, Russia)
tfolomeeva@gmail.com

Ekaterina N. Klimochkina

(Ph.D. student
psychology faculty
Moscow State University them. M.V. Lomonosov
Moscow, Russia)
kattklim@gmail.com

THE ROLE OF SOCIAL METACOGNITIES IN THE CHOICE PROCESS CURRENT TRENDS OF MODERNITY

The article reveals the role of social metacognitions in the process of choosing current trends of our time. Social metacognitions, according to the authors of the article, mitigate the lack of individual metacognitive resources, allow the distribution of metacognitive responsibilities among group members, and increase the visibility of individual metacognitive abilities. The results of an empirical study (n = 40) are presented. The study was based on the use of the questionnaire of metacognitive involvement in activities, which allows assessing the level of metacognitive involvement, and the "Brief version of the questionnaire of metacognitive beliefs" was also used, which made it possible to obtain information about the methods of control and regulation when processing information at the meta-level. The research included several stages. The first part of the study consisted of analysis of current trends and interviews with participants; the second part involved keeping individual diaries and group work. It was found that participants who lack knowledge, confidence to make a choice about current trends in individual work compensate for this by knowing about their own metacognitions, thus, in team work, individuals neutralize individual shortcomings. Teamwork provides the individual with additional resources in the form of other participants, which increases the overall value of the work through the contribution of individual metacognitions.

Keywords: *metacognition, social metacognition, trends, metacognitive awareness, metacognitive beliefs.*

Введение

Метакогниции связаны с тем, как мы контролируем наши собственные когнитивные процессы. Индивидуальные метакогниции отвечают за мониторинг и контроль наших знаний, эмоций, действий, в то время как социальные метакогниции включены в процесс мониторинга, контроля знаний, эмоций и действий друг друга членами группы, а также направлены на усиление значения индивидуальных метакогниций каждого во время общего взаимодействия [3]. Социальные метакогниции позволяют распределять метакогнитивные обязанности между членами группы, повышают видимость индивидуальных метакогнитивных способностей для облегчения обучения и улучшают возможности реализации индивидуальных когнитивных процессов.

Таким образом, социальные метакогниции помогают членам группы выявлять ошибки, строить общие знания и поддерживать мотивацию членов группы. Социальные метакогниции смягчают недостаточность индивидуальных метакогнитивных ресурсов, неточных самооценок, неправильного распределения когнитивных ресурсов, неподходящего выбора стратегии решения или неправильного использования обратной связи. Однако социальные метакогниции могут быть подвержены эффекту статуса участника, проблем в общении, эмоциональных конфликтов и культурных различий.

Метакогниции подразделяют на имплицитные, автоматические процессы мониторинга неопределенности, и эксплицитные, определяемые как осознанный и требующий усилий процесс, специфичный для человеческой способности к социальной координации и сотрудничеству [5]. Таким образом, имплицитные метакогниции позволяют нам быть частью группы и идентифицировать себя как «мы» и непроизвольно использовать знания и намерения других, а эксплицитные метакогниции позволяют нам

оценивать и утверждать себя перед другими. Поэтому способность разделять наши ценности и убеждения, иметь общий взгляд на мир, где обеспечиваются полезные групповые коммуникации, обеспечивается эксплицитными метакогнициями [6].

Индивиды, как часть общества, обладают способностью к взаимодействию, наряду с подверженностью внешнему воздействию. Убеждения, ценности и цели в основном зависят от наследия, семейной системы и принадлежности к группе, контекста, который существует вокруг. Погружение в общество вызывает интерференцию между индивидуальным и социальным. Недавние исследования подчеркивали роль метакогнитивных суждений в социальных взаимодействиях, а также то, может ли социальный контекст взаимно влиять на метакогнитивное восприятие индивидов [3]. Таким образом, социальный контекст может реально влиять на метапознание.

Очевидно, что люди чувствуют себя более уверенными в правильности сделанного выбора и принятых решений, когда они основаны на веских доказательствах, а не на двусмысленной информации. Метакогнитивность индивида в социальной ситуации может предсказать, кто ведет себя слишком самоуверенно, предполагая «чувствительность к социальному весу» [7]. Точно так же доверие формируется на основе предыдущих ответов и обратной связи, что может произойти только после метакогнитивной оценки социальных источников. Несущественная, но сопутствующая информация, совместимая с предыдущим решением, также повышает доверие. А также перекрывающиеся совпадающие мнения уменьшают неопределенность. С другой стороны, совместная ответственность за принимаемые решения помогает обосновать и обосновать решения и выбор [3]. Наличие подтверждения от других, особенно коллективного, может уменьшить потребность в поиске до-

полнительных данных, подтверждающих стоимость принятия решения. Поиск общего согласия также может помочь извлечь уроки из социальных сигналов с отсутствием проверенной обратной связи о степени точности решений [1].

Чтобы проверить свою уверенность, люди полагаются на процесс сравнения себя с другими или с другими версиями себя (в прошлом или будущем). Уверенность и удовлетворенность являются ключевыми показателями метапознания. Калибровка доверия - это один из метакогнитивных механизмов, который был разработан на основе социальных взаимодействий. Например, решение, принятое с высокой степенью уверенности, с большей вероятностью будет правильным, чем другое решение, принятое с низкой степенью уверенности [2].

Контекст необходим для измерения уверенности человека в себе, чтобы исследовать индивидуальное и социальное метапознание, следовательно, погружение в ситуацию.

Мода - это форма стандартизированного массового поведения, возникающая спонтанно под влиянием господствующих в обществе мейнстрим-тенденций [4]. Таким образом, на основе метапознания различается то, как индивид реагирует и ведет себя на транслируемые тенденции, ценности и образы, а также различаются его объекты значимости [9].

Целью работы было проследить роль индивидуальных и социальных метакогниций в процессе выбора актуальных тенденций современности.

Материалы и методы

Исследование состояло из этапов, общая выборка составила 40 участников (женщины и мужчины молодого возраста (первая часть $M=27,7$, $Sd=3,6$; вторая часть $M=21$, $Sd=0,94$). Для первой части формирование выборки происходило по критерию профессионального или личного интереса к моде, для второй части участники были подобраны рандомизировано по критерию интереса к моде.

На первом этапе первой части нами был проведен анализ модных трендов тренд-буков маркетинговых агентств (McKinsey&Company, WGSN, Ipsos, Smartshape) и издательских домов Conde Nast и Hearst. Далее, с каждым участником было проведено интервью, направленное на сбор информации о представлениях участника об актуальных модных трендах и их причинах, личном и социальном значении моды, модных предпочтениях и сформировавших их предпосылках.

Вторая часть исследования состояла из разработки дневника для сбора информации о личности участников, распорядке дня и значимых ценностях. Дневник состоял из 36 страниц и включал инструкцию, введение, различные категории «что я ценю/ люблю/ о чем забочусь» и традиционную дневниковую часть, где каждый день 10-дневного периода участников просили сказать несколько слов о дне, описать расписание дня, выделить лучшие и худшие моменты дня, оценить настроение в течение дня, оценить удовлетворенность днем по шкале от 1 до 10. Кроме того, каждый из 10 дней имел задание «в конце дня» на размышление, в некоторые дни участников просили пометить о реальном и идеальном «я» или о том, как они провели свою неделю и выходные, в некоторые дни их просили создать стиль, обсудить, что модно в эти дни, и в какой-то момент поговорить о своих методах преодоления тревоги. Основная цель исследовательского дневника состояла в том, чтобы дать участникам возможность поделиться своей жизнью. В инструкции предлагалось заполнять дневник текстом, либо с использованием рисунков и фотографий.

Далее, участникам второй части было предложено создать коллективные коллажи в мини-группах на тему «Современные тенденции в обществе». Каждая группа состояла из 3-4 «творцов» и «аналитика», роль которого состояла в фиксации всех действий «творцов» в процессе обсуждения и создания коллажа. После того, как коллажи были

сделаны, каждая мини-группа представила свою работу.

Последним этапом второй части участникам предлагалось выполнить анализ и интерпретацию всех созданных коллажей, обозначить сходства и различия между всеми работами, с какими препятствиями сталкивались мини-группы и какая информация была собрана в итоге.

Для изучения особенностей метакогнитивных процессов нами были выбраны методики по оценке метакогнитивной включенности в деятельность и метакогнитивных убеждений, которые заполняли участники каждой части. Опросник метакогнитивной включенности в деятельность [10] в адаптации [11] позволяет оценить уровень метакогнитивной включенности, ответить на вопрос о метакогнитивном уровне участника. Также, была предложена методика «Краткая версия опросника метакогнитивных убеждений» [12] в адаптации на русскоязычной выборке [13], что дает информацию о способах контроля и регуляции при переработке информации на мета-уровне.

Заключительный шаг состоял в обобщении и анализе всех собранных данных: от дневников до отчетов о коллажах. Результаты были обработаны с помощью качественного контент-анализа, основные категории были выделены среди ответов испытуемых и выделены в центральные темы.

Таким образом, мы получили данные о значимых ценностях, модных тенденциях, ежедневных ритуалах, метакогнитивных убеждениях и многом другом.

Результаты

Работая в одиночку, люди извлекают пользу из индивидуальных метакогниций: ставят и достигают цели, организуют ресурсы и оценивают информацию, выделяют то, что значимо в данной ситуации. Убеждения человека влияют на восприятие переживаний его собственной системой убеждений. Если в соответствии с системой убеждений человек считает себя недостаточно хоро-

шим, некомпетентным, не обладающим достаточными знаниями, лишенным способности управлять собой, то этот индивид не преуспеет в выполнении поставленной задачи.

Согласно опросникам показатели метакогнитивной включенности (MAI) в деятельность различаются у представителей выборки ($M=197,28$; $Sd=20,007$). Обнаружено, что высокая MAI связана с метакогнитивным убеждением (МУ) «Внимательность к собственным мыслительным процессам» ($M = 15,56$, $Sd = 3,35$) с коэфф. корр. Пирсона $0,004$ при $p=0.001$ (2-tailed), что выражается в уверенных, развернутых ответах участников.

На основе личного опыта выстраиваются способы использования личных метакогниций, что помогает использовать знания и находить решения проблемам, управлять ситуацией, в то время как для некоторых людей наилучшее знание о собственных метакогнициях - это знание, что им стоит наблюдать и прислушиваться к работе группы.

У участников низко оценивающих свою удовлетворенность днем ($M=5,6$, $Sd=3$) более выражены МУ о пользе беспокойства, необходимости контролировать свои когнитивные процессы, недоверие к собственной памяти, что негативно сказывается на их уверенности при ответах и выражается в сомнениях, изменении мнения.

В этом случае командная работа предоставляет индивиду дополнительные ресурсы в виде других участников, таким образом, распределяя задачи между членами группы, основываясь на индивидуальном знании о собственных метакогнициях, повышается общая значимость работы за счет вклада индивидуальных метакогниций, что тем самым положительно влияет и на индивидуальное познание, позволяя нивелировать возможные индивидуальные недостатки.

Выводы

Участники, которым не хватает знаний, уверенности и метакогнитивной чувстви-

тельности, решают свои трудности находясь в социальной ситуации. Через социальные метакогниции происходит распределение обязанностей согласно индивидуальным метакогнициями между членами группы,

что повышает видимость индивидуальных метакогниций и благоприятно влияет на обучение между участниками взаимодействия, облегчает обучение и улучшает индивидуальные когнитивные процессы.

Литература:

1. Bahrami B., Pescetelli N., & Rees G. The Perceptual and Social Components of Metacognition // *Journal of Experimental Psychology*, 2016. Vol. 145(8). Pp. 949-965.
2. Carlson E.. Meta-Accuracy and Relationship Quality: Weighing the Costs and Benefits of Knowing What People Really Think About You // *Journal of Personality & Social Psychology*, 2016. Vol. 111(2). Pp. 250-264.
3. Chiu M., Wing Kuo S. From Metacognition To Social Metacognition: Similarities, Differences, And Learning // *Journal of Education Research*, (2009). Pp. 1-19.
4. Folomeeva T., Klimochkina E. Features Of Metacognition And Perception Of Fashion Trends Among Youth // *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*, 2019. Pp. 169 – 177. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.07.22>
5. Frith C. The role of metacognition in human social interactions // *The Royal Society Publishing*, 2012. 367(1599).
6. Friston K.F.C. A Duet for one // *Consciousness and Cognition*, 2015. Pp. 390-405.
7. Gajdos T., Regner I., Huguet P.. Does social context impact metacognition? Evidence from stereotype threat in a visual search task // *PLOS*, 2019. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215050>
8. Sirota N., Moskovchenko D., Yaltonsky V., Yaltonskaya A. Approbation of the Short Version Questionnaire Metacognitive Belief in Russian-Speaking Population. *Psychology // Journal of the Higher School of Economics*, 2018. Vol. 15(2). Pp. 307-325.
9. Slepian M.F. The Cognitive Consequences of Formal Clothing. *Social Psychological and Personality Science*, 2015.
10. Schraw G., Dennison R. S. Assessing metacognitive awareness // *Contemporary Educational Psychology*, 1994. Vol. 19(4). Pp. 460–475. <https://doi.org/10.1006/ceps.1994.1033>
11. Karpov A., Skiteeva I. Psychology of individuals metacognitive processes. Moscow: RAN Psychology Institute. 2005.
12. Well A., Cartwright-Hatton S. A short form of the metacognitions questionnaire: properties of the MCQ-30 // *Behaviour Research and Therapy*, 2004. Vol. 42. Pp. 385–396
13. Ялтонский В.М., Ялтонская А.В., Сирота Н.А., Московченко Д.В. Психометрические характеристики русскоязычной версии краткого опросника восприятия болезни // *Психологические исследования*. 2017. Т. 10, № 51. С. 1. URL: <http://psystudy.ru>

References:

1. Bahrami B., Pescetelli N., & Rees G. *The Perceptual and Social Components of Metacognition // Journal of Experimental Psychology*, 2016. Vol. 145(8). Pp. 949-965.
2. Carlson E. *Meta-Accuracy and Relationship Quality: Weighing the Costs and Benefits of Knowing What People Really Think About You // Journal of Personality & Social Psychology*, 2016. Vol. 111(2). Pp. 250-264.
3. Chiu M., Wing Kuo S. *From Metacognition To Social Metacognition: Similarities, Differences, And Learning // Journal of Education Research*, (2009). Pp. 1-19.
4. Folomeeva T., Klimochkina E. *Features Of Metacognition And Perception Of Fashion Trends Among Youth // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*, 2019. Pp. 169 – 177. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.07.22>
5. Frith C. *The role of metacognition in human social interactions // The Royal Society Publishing*, 2012. 367(1599).
6. Friston K.F.C. *A Duet for one // Consciousness and Cognition*, 2015. Pp. 390-405.
7. Gajdos T., Regner I., Huguet P. *Does social context impact metacognition? Evidence from stereotype threat in a visual search task // PLOS*, 2019. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215050>
8. Sirota N., Moskovchenko D., Yaltonsky V., Yaltonskaya A. *Approbation of the Short Version Questionnaire Metacognitive Belief in Russian-Speaking Population. Psychology // Journal of the Higher School of Economics*, 2018. Vol. 15(2). Pp. 307-325.
9. Slepian M.F. *The Cognitive Consequences of Formal Clothing. Social Psychological and Personality Science*, 2015.
10. Schraw G., Dennison R. S. *Assessing metacognitive awareness // Contemporary Educational Psychology*, 1994. Vol. 19(4). Pp. 460–475. <https://doi.org/10.1006/ceps.1994.1033>
11. Karpov A., Skiteeva I. *Psychology of individuals metacognitive processes. Moscow: RAN Psychology Institute*. 2005.
12. Well A., Cartwright-Hatton S. *A short form of the metacognitions questionnaire: properties of the MCQ-30 // Behaviour Research and Therapy*, 2004. Vol. 42. Pp. 385–396
13. Yaltonskij V.M., Yaltonskaya A.V., Sirota N.A., Moskovchenko D.V. *Psihometricheskie harakteristiki russkoyazychnoj versii kratkogo oprosnika vospriyatiya bolezni // Psihologicheskie issledovaniya*. 2017. T. 10, № 51. S. 1. URL: <http://psystudy.ru>