

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА В АКТУАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ОСОБИ

Костюк Софія

Львівський національний університет ім. Івана Франка,
м. Львів, Україна

skostiukk@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7391-3810>

Мета. Актуальними завданнями українського суспільства є активна залученість його членів у покращення благополуччя соціуму у близькій та віддаленій часовій перспективі, формування рівних можливостей для особистісного розвитку та конструктивний захист особистих інтересів, враховуючи при цьому інтереси суспільства. Ефективні зміни передбачають розвиток соціальної відповідальності особи як суб'єкта суспільної взаємодії. Соціальна відповідальність особи розглядається як схильність добровільно, на основі розуміння і прийняття соціальної значущості своїх дій, брати на себе обов'язок діяти з користю для суспільства: будучи учасником вирішення та попередження соціальних проблем у близькій та віддаленій часовій перспективі із збереженням особистого благополуччя. Будучи членом суспільства, особа одночасно є суб'єктом (рушієм суспільних змін) та об'єктом соціального середовища (як представник соціальних груп, інституцій та організацій з встановленими нормами і загальноприйнятими правилами діяльності). Мета статті полягає у розкритті ролі соціального середовища в актуалізації соціальної відповідальності особи.

Методи. Систематичний огляд емпіричних досліджень чинників соціальної відповідальності особи.

Результати. Встановлено, що соціальне середовище (сім'я, близьке оточення/друзі, навчальне середовище, робоче середовище, держава/органи самоврядування) впливає на актуалізацію соціальної відповідальності особи. Зокрема, соціально відповідальні цінності та норми (формальні та неформальні), як характеристики соціального середовища, є чинником формування і модератором вияву соціальної відповідальності особи; повага, довіра, підтримка як характеристики міжособистісних стосунків у соціальному середовищі позитивно пов'язані із соціальною відповідальністю особи.

Висновки. Реалізація потенційно можливого позитивного впливу соціального середовища на соціальну відповідальність особи вбачається шляхом розвитку корпоративної соціальної відповідальності інституцій та організацій на законодавчому рівні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, відповідальна поведінка, корпоративна соціальна відповідальність, соціальне благополуччя.

Sofia Kostiuk. The role of the social environment in actualizing personal social responsibility.

Purpose. The Ukrainian society's current tasks are to activate members' involvement in improving society's well-being in the near and distant time perspective, formatting equal opportunities for personal development, and the constructive protection of individual interests, considering the interests of society. Effective changes involve the development of the social responsibility of a person as a subject of social interaction. Personal social responsibility is the willingness to voluntarily, based on understanding and accepting the social significance of their actions, undertake a duty to act for the benefit of society: participate in solving social problems and preventing their occurrence in the near and distant time horizon while maintaining personal welfare. Being a member of a society, a person is simultaneously a subject (as a driver of social change) and an object of the social environment (as a representative of social groups, institutions, and organizations with established norms and generally accepted rules of activity). The purpose of the article is to reveal the social environment's role in actualizing personal social responsibility.

Methods. A systematic review of empirical studies of the personal social responsibility factors.

Results. The social environment (family, close circle/friends, educational environment, working environment, state/self-governing bodies) affects the actualization of personal social responsibility. In particular, socially responsible values and norms (formal and informal), as characteristics of the social environment, are a factor in the formation and moderator of the manifestation of a person's social responsibility; respect, trust, and support as characteristics of interpersonal relations in a social environment are positively related to personal social responsibility.

Conclusions. The potentially positive influence of the social environment on personal social responsibility can be realized through the development of corporate social responsibility of institutions and organizations at the legislative level.

Keywords: social responsibility, responsible behaviour, corporate social responsibility, social wellbeing.

Вступ. За індексом сприйняття корупції-2022 Україна посіла 116 позицію з 180, набравши 33 бали із 100 (чим вищий бал тим нижчий рівень корупції в державі) (Corruption Perceptions Index). Україна входить у категорію “переважно невірних/несвобідних” країн за індексом економічної свободи-2022, займаючи 130 місце із 177 (Index of Economic Freedom). Дослідження доброчесності в освіті України, проведеного Організацією економічного співробітництва і розвитку (OECD), свідчить про проблеми недотримання професійної етики

працівниками (OECD Reviews of Integrity in Education: Ukraine 2017). Наведені цифри демонструють, що задоволення інтересів індивіда, не враховуючи суспільних інтересів є деструктивним для спільноти, та досі є масовим явищем в Україні, незважаючи на позитивну тенденцію (за індексом сприйняття корупції - 117 позиція із 179, 33 бали у 2020 році та 130 позиція із 180, 30 балів у 2017 році; за індексом економічної свободи – 127 місце із 178 у 2020, 166 місце із 180 у 2017 році) (Corruption Perceptions Index; Index of Economic Freedom).

Розвиток соціальної відповідальності є одним із завдань на шляху подолання деіндивідуалізації, суперечностей між інтересами особи та соціуму. Соціальна відповідальність особистості розглядається як схильність добровільно, на основі розуміння і прийняття соціальної значущості своїх дій, брати на себе обов'язок діяти з користю для суспільства, будучи учасником вирішення соціальних проблем та попередження їх виникнення у близькій і віддаленій часовій перспективі із збереженням особистого благополуччя (Kostiuk, 2020). Благополуччю соціуму сприяє просоціальна поведінка (соціально корисні дії, які виявляються в толерантності, повазі до прав інших людей та допозі іншим); відповідальне споживання (споживання без шкоди чи з мінімальним впливом на природне довкілля, яке сприяє підтримці соціальних ініціатив, економічно сприятливе, відповідне до потенційних можливостей суспільства, не шкодить здоров'ю особи); професійна соціальна відповідальність (допомога окремим індивідам, спільнотам і суспільству в цілому через розуміння значення своєї професії для людей, якісне виконання професійних обов'язків, дотримання професійної етики та високу професійну залученість); відповідальність за власне благополуччя (самостійно дбати про себе означає зменшити навантаження на соціальні інститути і опосередковано сприяти їхній продуктивності у турботі про інших та довкілля).

Члени суспільства одночасно виступають суб'єктами та об'єктами соціальної взаємодії. Як суб'єкти, вони є рушіями суспільних змін, несучи відповідальність за свою професійну та громадську діяльність. Як об'єкти, члени суспільства є представниками соціальних груп, інституцій та організацій з встановленими нормами і загальноприйнятими правилами діяльності.

Варто зазначити, що ситуативна соціально відповідальна поведінка, зумовлена прагматичним бажанням особи отримати вигоду за нормативну поведінку чи уникнути негативних наслідків за порушення норм, не є виявом соціальної відповідальності особи. Проте утворені під впливом навколишніх і часто підкріплені ззовні патерни поведінки мають потенціал до інтеріоризації та подальшої регуляції особою (зокрема, моральним самосанкціонуванням) (Bandura, 2001, 2002).

У низці досліджень встановлено можливість стимулювання соціально відповідальної поведінки для формування відповідної соціальної норми та її подальшої інтеріоризації. Виявлено, що престижність та соціальне схвалення (зокрема, у формі матеріалізованих відзнак), отриманих завдяки видимості соціально відповідальної поведінки у значущій для особи групі, сприяють її виявам (Funk, 2010; Della Vigna et al., 2012; Lacetera, Macis, 2010). Окрім публічних похвал, медалей, номінацій, ефективним є введення соціальних субсидій в обмін на соціально вигідні дії (якісне виконання своїх професійних обов'язків, турботу про стан навколишнього середовища). До негативних санкцій належить оподаткування неетичної поведінки щодо інших осіб, громади чи довкілля, рівномірне вартості завданої шкоди (Brekke et al., 2003; Venabou, Tirole, 2006, 2011).

З'ясовано, що вибір прийнятної форми позитивного впливу на суспільне благополуччя може залежати від інформування щодо актуальних проблем чи потреб соціуму, а спрямованість підтримки на певну соціальну сферу може залежати від її пріоритетності та популяризації у суспільстві (Venabou, Tirole, 2006; Ariely et al., 2009; Buraschi, Cornelli, 2014). При акцентуванні уваги на актуально проблемній сфері, варто враховувати такі ймовірні побічні наслідки соціально відповідальної поведінки як мотиви престижу та формування персонального іміджу.

Вважаємо, що цілеспрямоване стимулювання інституціями та організаціями соціально відповідальної поведінки особи засобами психологічного (соціальне визнання і пропаганда) та непсихологічного впливу (правове санкціонування, матеріальне стимулювання) з метою формування відповідної соціальної норми та її подальшої інтеріоризації є лише одним з потенційно можливого впливу соціального середовища на соціальну відповідальність особи.

Мета статті полягає у розкритті ролі соціального середовища в актуалізації соціальної відповідальності особи

Методи та процедура дослідження. Для досягнення поставленої мети було застосовано систематичний огляд емпіричних досліджень чинників соціальної відповідальності особи. Зокрема, досліджено та узагальнено опубліковану літературу щодо соціального середовища (сім'ї, близького оточення/друзів, навчальних закладів, робочого середовища, держави/органів самоврядування) як чинника соціальної відповідальності особи, модератора поведінкового вияву аттитюду соціальної відповідальності та як пов'язаної риси із соціальною відповідальністю особи. Соціальну відповідальність розглянуто на рівні аттитюду та поведінкового вияву. Пошук літератури здійснювався у наукометричних базах Scopus та Web of Science (Clarivate). У дослідженні були виділені лише статті. Дані з вибраних досліджень були введені в попередньо розроблену форму протоколу, яка підсумовувала ключові методологічні аспекти (цілі дослідження; дизайн дослідження; методи; учасники), а також отримані результати та основні висновки розглянутих досліджень.

Обговорення результатів. Здійснено аналіз 33 рецензованих статей, що представляють емпіричні дослідження у 13 країнах світу, з обсягом вибірки від 184 до 3721. З'ясовано, що соціальним середовищем, здатним впливати на соціальну відповідальність особи є сім'я, близьке оточення/друзі, навчальне середовище (школа, коледж, університет), робоче середовище, держава/органи самоврядування.

Сім'я. Близьке оточення/друзі. У дослідженні Lee et al.(2013) молодь США, що бере активну участь у соціально відповідальному споживанні одягу (донуванні/пожертвуванні, продажі, перепрофілюванні чи обміні) зазначала значний вплив сім'ї, друзів та інформації в журналах на власну поведінку. Canney, Bielefeldt (2013) виявили, що досліджувані студенти-інженери у США під час інтерв'ювання зазначали чинниками впливу на аттитюди власної професійної соціальної відповідальності сім'ю, яка поводитись відповідним чином та релігійні доктрини. Дослідження Lenzi et al. (2013) з'ясувало, що соціальна відповідальність батьків (аттитюди і поведінка) є чинником соціальної відповідальності підлітків в Італії; модератором виступає близькість стосунків з батьками. Ando et al.

(2010) виявили, що соціально відповідальне близьке оточення особи є чинником відмови від купівлі продукції одноразового використання, участі у заходах щодо переробки сміття, очищення/прибирання берега річки та участі в інформативних заходах щодо екологічних проблем в Японії та Німеччині (відповідні умови для здійснення соціальної відповідальності наявні в обидвох країнах).

Навчальне середовище. У низці досліджень з'ясовано, що навчальне середовище, зокрема цінності, закладені у навчальних курсах впливають на соціальну відповідальність особистості. Також з'ясовано, що змістовне наповнення навчальних курсів пов'язане із формуванням знання і розуміння своєї потенційної користі для соціуму. Bielefeldt, Canney (2016) з'ясували, що студенти-інженери християнських навчальних закладів характеризуються вищим рівнем аттитюдів професійної соціальної відповідальності, аніж студенти світських закладів у США. Студенти-інженери обох типів закладів визначили навчальні курси як чинник впливу на бачення власної професійної соціальної відповідальності. VanAntwerp et al. (2011) встановили, що інженери-випускники (від 5 до 30 років після закінчення університету) християнських коледжів описують орієнтацію на служіння іншим як частину своєї професійної роботи, а світських – ні (США). Різниця у мотивації до навчання інженерії у випускників християнських і світських навчальних закладів не виявлено. Bielefeldt, Canney (2015) у результаті лонгітюдного дослідження (1.5р.) аттитюдів професійної соціальної відповідальності (ПСВ) студентів-інженерів у США виявили, що студенти, аттитюди ПСВ яких зросли з часом, є більш схильними виокремлювати навчальні курси як чинник їх поглядів щодо соціальної відповідальності, аніж студенти, аттитюди ПСВ яких характеризуються спадом. Одними з основних цінностей християнства є покликання та орієнтація на служіння іншим, які представлені у навчальній програмі християнських навчальних закладів у контексті професійної діяльності інженерів.

Дослідження Sosik et al. (2016) виявило, що студенти (віком 13-20 років) академічного навчального закладу характеризуються вищим рівнем турботи та занепокоєння соціальними проблемами порівняно із студентами професійно-технічного навчального закладу у Таїланді. Markowitz et al. (2012) з'ясували, що рівень здобутої освіти позитивно пов'язаний із соціально відповідальним споживанням та

проекологічною поведінкою – використанням канцелярського паперу з обох сторін; покупкою органічних продуктів/без пестицидів; уникненням використання власного автомобільного транспорту задля зменшення впливу викидів у повітря; компостуванням органічних відходів у США. Walton, Austin (2011) виявили, що рівень здобутої освіти позитивно пов'язаний із вторинною переробкою/ переробкою відходів у США. Академічний та професійно-технічний навчальний заклад різняться між собою спрямованістю навчальних програм (Metzger et al., 2010) та моральної атмосфери (Høst, et al., 1998). Встановлено, що навчальна програма академічного навчального закладу більшою мірою орієнтується на обізнаність щодо соціуму та довкілля (Metzger et al., 2010), а показники моральної атмосфери є вищими у студентів академічних навчальних закладів порівняно із студентами технічних навчальних закладів (Høst et al., 1998).

Дослідження Mazutis (2013) виявило, що рівень вищої освіти CEO (головний виконавчий директор, англ. chief executive officer) організацій є чинником впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у Швейцарії. Bielefeldt, Canney (2016) з'ясували, що рівень здобуття вищої освіти серед студентів-інженерів у США позитивно пов'язаний із їх аттитюдами професійної соціальної відповідальності. Проте дослідження Manchiraju, Sadachar (2014) взаємозв'язку отриманого рівня вищої освіти на намір етичного споживання серед жителів США не виявило. Отриманий результат пов'язуємо із навчальними програмами, зокрема їх спрямованістю на соціальну проблематику.

Робоче середовище. У низці досліджень встановлено, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) та неформальні норми організації як мікросередовища впливають на соціально відповідальні дії особи. AlSuwaidi et al. (2021) виявили, що КСВ позитивно впливає на дружній до довкілля спосіб поведінки на робочому місці серед працівників готелів у ОАЕ; частковим медіатором встановлено особисті норми ставлення до довкілля та благополуччя працівників, вплив яких модерується соціально відповідальною стратегією діяльності готелю. Dumont et al. (2017) з'ясували, що задекларована КСВ щодо бережливого споживання електроенергії та води, переробки відходів у процесі виробництва позитивно впливає на виконання своїх обов'язків працівниками у соціально відповідальний спосіб у Китаї. Також виявлено, що КСВ

через колективну неформальну норму турботи про довкілля є чинником прояву ініціативи поведіння на роботі у відповідальний щодо довкілля спосіб. Модератором впливу у прояві ініціативних рішень працівниками є їхні цінності турботи про довкілля. У дослідженні Kim et al. (2014) з'ясовано, що дотримання норм КСВ щодо турботи про довкілля на робочому місці (раціональне використання паперу, бережливе ставлення до електроенергії, сортування канцелярських відходів для подальшої переробки) працівниками у Кореї пов'язане із відповідною поведінкою керівника та інших членів колективу. Важливим є проведення просвітницької роботи та залучення членів колективу для створення умов більш дружнього до довкілля робочого місця. Rupp et al. (2013) виявили, що КСВ компанії впливає на відповідну поведінку шукачів роботи та працівників у США, модераторують це вплив сприйняття справедливого ставлення компанії до працівників та їхня моральна ідентичність. З'ясовано, що неформальні стандарти бізнес-середовища щодо наявності КСВ, наявність загальних знань про КСВ та етику, а також відповідна поведінка бізнес-середовища є модераторами у реалізації КСВ бізнес-лідерами у Китаї, незалежно від їхніх управлінських цінностей (Yin et al., 2016).

Попри заявлені норми корпоративної соціальної відповідальності, важливим чинником її реалізації працівниками є оцінка дотримання КСВ компанією у її діях та рішеннях. У результаті дослідження Evans, et al. (2011) встановлено, що оцінка працівниками дотримання КСВ компанією (економічний, правовий, етичний, дискреційний прояв) впливає на застосування КСВ працівниками у межах своєї роботи у США. Оцінка працівниками дотримання КСВ компанією також впливає на прояв ініціативи, допомогу іншим та лояльність; модератором впливу виявлено ціннісні орієнтації працівників (доброта, співчуття, рівність). Wang et al. (2017) з'ясували, що оцінка працівниками дотримання КСВ компанією є чинником виконання робочих обов'язків та допомоги співробітникам при потребі у Китаї. Медіатором впливу виявлено ідентифікацію з організацією. Модератором сприйняття КСВ та ідентифікації з організацією є моральна ідентичність.

Держава. Органи місцевого самоврядування. Декларування норм і цінностей середовища, зокрема через інформування, формування обізнаності особи щодо актуальних соціальних проблем

та потенційного можливого впливу на суспільне благополуччя, а також створення необхідних умов для здійснення СВ діяльності позитивно впливає на соціальну відповідальність особистості.

У результаті дослідження Carbonero et al. (2017) з'ясовано, що навчальний тренінг із розглядом альтернативних типів поведінки позитивно впливає на бажання допомогти іншим та турботливе ставлення до довкілля серед підлітків в Іспанії. Buerke et al. (2016) виявили, що обізнаність споживачів про особистий внесок у вирішенні певних проблем через щоденні споживацькі вибори, а також обізнаність споживачів про вплив споживчої культури та маркетингу на їхню поведінку позитивно впливає на відповідальну споживацьку поведінку в Німеччині. Fielding, Head (2012) виявили, що знання про причини, наслідки та способи мінімізувати зміну клімату, джерела побутової води, механізми утилізації відходів, уловлювання і зберігання вуглецю, убезпечення води, енергію вітру та геотермальну енергію позитивно пов'язані із бережним використанням електроенергії вдома, вирощуванням дерев, зменшенням споживання м'ясних продуктів, переробкою відходів, раціональним використанням/економією води, використанням громадського транспорту по можливості, участь у захисті навколишнього середовища через ініціювання чи підписання петиції, уникання одноразового пакування при покупках серед молоді в Австралії, а також із намірами брати участь у соціально відповідальних активностях і у майбутньому. Tang et al. (2011) з'ясували, що знання про шкоду для довкілля спричинену відсутністю переробки відходів є чинником побутової переробки у Китаї. Pradhananga, Davenport, (2019) виявили, що знання актуальної ситуації щодо наслідків використання водного ресурсу та можливості його оптимізації впливає на впровадження практик та формування відповідної особистої норми серед фермерів у США. З'ясовано, що знання можливості забруднення довкілля внаслідок агрокультурної діяльності позитивно впливає на використання органічних добрив та формування відповідної особистої норми серед фермерів у Китаї (Xie et al., 2021). В експерименті Sechii et al. (2018) встановлено, що обговорення можливих ситуацій поводження у соціально відповідальний спосіб щодо споживання електроенергії та води, забруднення повітря та утилізації відходів позитивно впливає на аттитюди щодо соціальної відповідальності у мікрогрупі. Зокрема

з'ясовано, що особи із низькими рівнем аттитюдів щодо соціальної відповідальності схильні змінювати їх на більш позитивні після обговорення у групі, члени якої групи характеризувались більш позитивними аттитюдами щодо соціальної відповідальності. Члени групи із високим рівнем аттитюдів СВ не схильні їх змінювати, незважаючи на характеристику групи. Варто зазначити, що саме нерозуміння шкоди уникнення чи виконання певних дій, відсутність уявлення про можливість впливати на суспільне благополуччя персональними щоденними діями, відсутністю знань чи навичок альтернативних дій, а також можливістю їх реалізації виявлено бар'єрами у здійсненні соціальної відповідальності (Fielding, Head, 2012; Lee et al., 2013).

Встановлено, що створення умов для соціально відповідальної поведінки продукує відповідну соціальну норму. Walton, Austin (2011) з'ясували, що наявність необхідних умов для вторинної переробки є медіатором впливу аттитюду турботи про довкілля на відповідну поведінку (купівлю екологічно дружніх продуктів, обмеження використання приватного транспорту, бережливе ставлення до ресурсів вдома, віддавання речей на переробку, тощо) у США. Також виявлено, що наявність необхідних умов для вторинної переробки є також чинником інших проявів соціально відповідальної поведінки щодо довкілля (Walton, Austin, 2011). Варто зазначити, що при наявності умов для здійснення соціальної відповідальності має значення також і сприйняття відповідної поведінки близьким оточенням особи серед дорослого населення Німеччині та Японії (Ando et al., 2010).

Виявлено, що соціально відповідальна діяльність як турбота про благополуччя суспільства, будучи соціальною нормою, позитивно впливає на намір соціального підприємництва серед студентів (віком 18-40 років) у Бангладеші (Naznen et al., 2022) та серед працевлаштованих у Китаї (Yang et al., 2023).

Отже, окреслені соціально відповідальні цінності соціального середовища встановлені чинником формування і модератором прояву соціальної відповідальності особи (модератором поведінкового прояву аттитюду соціальної відповідальності).

Важливим аспектом впливу цінностей середовища на формування і прояв соціальної відповідальності особистості є ідентифікація із середовищем, а також характер міжособистісних

стосунків у певному соціальному середовищі. У дослідженні Gupta and Ogden (2009) виявлено, що покупці екологічної продукції відрізняються від покупців, які не надають перевагу екологічній продукції у США вищим рівнем довіри, групової ідентифікації, очікувань щодо співробітництва з іншими. Thornton (2015) з'ясував, що якість взаємостосунків в організації (оцінена працівниками) є медіатором впливу самоефективності та сумлінності як рис особистості на СВ поведінку у межах КСВ/відповідну до КСВ.

Також встановлено, що середовище більшою мірою чинить вплив на позитивну зміну соціальної відповідальності чоловіків, аніж жінок. З'ясовано, що хлопці більш сприйнятливі (чутливі) до типу навчального середовища, аніж дівчата у Таїланді (Sosik et al., 2016). Різниця показників СВ для хлопців у загальноосвітній школі та професійно-технічному училищі є більшою, аніж для дівчат у загальноосвітній школі та професійно-технічному училищі (Sosik et al., 2016).

У ряді досліджень виявлено взаємозв'язок між характером стосунків у сім'ї та соціальною відповідальністю. З'ясовано, що відкритий батьківський стиль комунікації (згідно з Barnes and Olson, 1982) позитивно пов'язаний із довірою до батьків, відповідальним ставленням до своїх обов'язків, дружелюбністю, бажанням та готовністю допомагати при потребі, а також турботливим ставленням до довілля серед підлітків в Іспанії (Carbonero et al., 2017). Демократичний клімат у сім'ї, що характеризується повагою та довірою, позитивно впливає на особистісні зобов'язання чинити позитивний вплив на благополуччя громади і соціуму серед підлітків у США (Wray-lake et al., 2016). Близькі стосунки (згідно з Buchanan, Massobu, and Dornbusch, 1991) з батьками виявлені модератором впливу соціальної відповідальності батьків на участь у покращенні благополуччя округу та соціуму, вирішенні соціальних проблем серед підлітків в Італії (Lenzi et al., 2013).

У 3-х річному лонгітюдному дослідженні розвитку соціальної відповідальності у підлітків США, окрім позитивного впливу на СВО демократичного клімату в сім'ї, встановлено позитивний вплив поваги, довіри, підтримки у школі, серед однокласників та в дружніх стосунках (Wray-lake et al., 2016). Flanagan et al. (2007) з'ясував, що справедливість, турбота і повага як характеристики взаємодії в спільноті і школі (зокрема, у ставленні вчителів) позитивно пов'язані

із схильністю до служіння країні і спільноті, сприяння толерантності та допомозі потребуючим серед осіб підліткового та юнацького віку у США. Також виявлено, що цей клімат позитивно пов'язаний із вірою у рівні можливості для кожного в країні (Flanagan et al., 2007). Wray-lake et al. (2015) виявили вплив соціальних дружніх ресурсів (можливості звернутись до інших за підтримкою) на схильність до турботи про спільноту і її членів та прояв допомоги та поваги до інших серед підлітків у США.

Отже, повага, довіра, підтримка як характеристики міжособистісних стосунків позитивно пов'язані із соціальною відповідальністю особистості. Виявлено, що міжособиста довіра позитивно пов'язана із вірою у справедливість світу та суб'єктивне сприйняття справедливості світу (Vègue L., 2002; You, 2012), які є чинником соціальної відповідальності особи (Wray-lake et al, 2015; Swami et al., 2011).

Висновки і перспективи. Роль соціального середовища (сім'ї, близького оточення/друзів, навчального середовища, робочого середовища, держави/органів самоврядування) у соціальній відповідальності особи виявляється у потенційному впливі його характеристик.

Зокрема, цінність соціальної відповідальності у соціальному середовищі, її декларування та пропагування сприяють соціальній відповідальності особи. Вплив відбувається шляхом наслідування моделі поведінки, формуванням неформальної норми поведінки у середовищі з потенційною інтерналізацією цінності соціальної відповідальності, а також шляхом формування знання і розуміння потенційної корисності власних дій для суспільства як основою почуття самоефективності у здійсненні відповідних дій. Соціально відповідальні цінності як характеристики соціального середовища особи також є модератором прояву її соціальної відповідальності (модератором поведінкового прояву аттитюду соціальної відповідальності). Повага, довіра, підтримка як характеристики міжособистісних стосунків у соціальному середовищі позитивно пов'язані із соціальною відповідальністю особи.

Реалізація потенційно можливого позитивного впливу соціального середовища на соціальну відповідальність особи вбачається шляхом розвитку корпоративної соціальної відповідальності інституцій та організацій на законодавчому рівні.

Зміст характеристик соціальної відповідальності на організаційному рівні різняться між собою, залежно від характеру діяльності, і передбачає якісне виконання своїх зобов'язань перед суспільством, позитивний вплив на соціальне благополуччя та створення належних умов праці, враховуючи позитивний психологічний клімат.

References

1. Aguinis, H., Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968. <http://dx.doi.org/10.1177/0149206311436079>
2. Al Suwaidi, M., Eid, R., Agag, G. (2021). Understanding the link between CSR and employee green behaviour. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 50-61. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.008>
3. Ando, K., Ohnuma, S., Blöbaum, A., Matthies, E., Sugiura, J. (2010). Determinants of individual and collective pro-environmental behaviors: comparing Germany and Japan. *Journal of environmental information science*, 38(5), 21-32. <http://hdl.handle.net/2115/44021>
4. Ariely, D., Bracha, A., Meier, S. (2009). Doing good or doing well? Image motivation and monetary incentives in behaving prosocially. *American Economic Review*, 99(1), 55-87. <http://dx.doi.org/10.1257/aer.99.1.544>
5. Bandura A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
6. Bandura A. (2002). Selective Moral Disengagement in the Exercise of Moral Agency. *Journal of Moral Education*, 31(2), 101-119. <http://dx.doi.org/10.1080/0305724022014322>
7. Barnes, H., Olson, D. H. (1982). Parent-adolescent communication scale. In D. H. Olson, H. McCubbin, H. Barnes, A. Larsen, M. Muxen, W. Wilson (Eds.), *Family inventories: Inventories used in a national survey of families across the family life cycle* (pp. 33–48). Family Social Science, University of Minnesota.
8. Bègue, L. (2002). Beliefs in justice and faith in people: just world, religiosity and interpersonal trust. *Personality and Individual Differences*, 32(3), 375–382. [http://dx.doi.org/10.1016/s0191-8869\(00\)00224-5](http://dx.doi.org/10.1016/s0191-8869(00)00224-5)
9. Benabou, R., Tirole, J. (2006). Incentives and Prosocial behavior. *American Economic Review*, 96(5), 1652-1678. <http://dx.doi.org/10.1257/aer.96.5.1652>
10. Benabou, R., Tirole, J. (2011). *Laws and Norms*. UK: Cambridge, MA, 46p. <http://dx.doi.org/10.3386/w17579>
11. Bielefeldt, A., Canney, N. (2015). Changes in the Social Responsibility Attitudes of Engineering Students Over Time. *Science and Engineering Ethics*, 22, 1535-1551. <http://dx.doi.org/101007/s11948-015-9706-5>
12. Bielefeldt, A., Canney, N. (2016). Relationships between religion, spirituality, and socially responsible engineering. *Engineering Studies*, 8(1), 66-90. <http://dx.doi.org/10.1080/19378629.2016.1147567>
13. Borner, M. (2013). The churches and their social responsibility. A Christian perspective. *European Judaism: a Journal for the New Europe*, 46(1), 80-89. <http://dx.doi.org/10.3167/ej.2013.46.01.11>
14. Brekke, K., Kverndokk, S., Nyborg K. (2003). An Economic Model of Moral Motivation. *Journal of Public Economics*, 87, (9-10), 167-183. [http://dx.doi.org/10.1016/s0047-2727\(01\)00222-5](http://dx.doi.org/10.1016/s0047-2727(01)00222-5)
15. Buchanan, C. M., Maccoby, E. E. Dornbusch, S. M. (1991). Caught between parents: Adolescents' experience in divorced homes. *Child Development*, 62, 1008-1029. <http://dx.doi.org/10.2307/1131149>

16. Buerke, A., Straatmann, T., Lin-Hi, N., Müller, K. (2016). Consumer awareness and sustainability-focused value orientation as motivating factors of responsible consumer behavior. *Review of Managerial Science*, 11, 959-991. <http://dx.doi.org/10.1007/s11846-016-0211-2>
17. Buraschi, A., Cornelli, F. (2014). The economics of donations and enlightened self-interest. *European Financial Management*, 20(1), 1-32. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-036x.2013.12030.x>
18. Canney, N., Bielefeldt, A. (2013). Examining the correlation between religion and social responsibility in engineering. *IEEE Frontiers in Education Conference (FIE)*, 1819-1824, Oklahoma City, OK, USA. October 23-26, 2013. <http://dx.doi.org/10.1109/fie.2013.6685151>
19. Carbonero, M., Martin-Anton, L., Otero, L., Monsalvo, E. (2017). Program to Promote Personal and Social Responsibility in the Secondary Classroom. *Frontiers in Psychology*, 8:809. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00809>
20. Chile, L., Black, X. (2015). University-community engagement: Case-study of university social responsibility. *Education, Citizenship and Social Justice*, 10(3), 234-253. <http://dx.doi.org/10.1177/1746197915607278>
21. Chinen, M. (2014). Complexity Theory and the Horizontal and Vertical Dimensions of State Responsibility. *European Journal of International Law*, 25(3), 703-732. <http://dx.doi.org/10.1093/ejil/chu048>
22. Corruption Perceptions Index. <https://www.transparency.org/en/about>
23. Della Vigna, S., List, J., Malmendier, U. (2012). Testing for altruism and social pressure in charitable giving. *The Quarterly journal of economics from Oxford University press*, 127(1), 1-56. <http://dx.doi.org/10.1093/qje/qjr050>
24. Dumont, J., Shen, J., Deng, X. (2017). Effects of green HRM practices on employee workplace green behavior: The role of psychological green climate and employee green values. *Human Resource Management*, 56(4), 613-627. <http://dx.doi.org/10.1002/hrm.21792>
25. Evans, W. R., Davis, W. D., Frink, D. D. (2011). An examination of employee reactions to perceived corporate citizen. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(4), 938-964. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00742.x>
26. Fielding, K. S., Head, B. W. (2012). Determinants of young Australians' environmental actions: The role of responsibility attributions, locus of control, knowledge and attitudes. *Environmental Education Research*, 18, 171–186. <http://dx.doi.org/10.1080/13504622.2011.592936>
27. Flanagan, C. A., Cumsille, P., Gill, S., Gally, L. S. (2007). School and community climates and civic commitments: Patterns for ethnic minority and majority students. *Journal of Educational Psychology*, 99(2), 421-431. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-0663.99.2.421>
28. Funk, P. (2010). Social incentives and voter turnout: evidence from the the swiss mail ballot system. *Journal of the European Economic Association*, 8(5), 1077-1103. http://dx.doi.org/10.1162/jeea_a_00015
29. Gupta, S., Ogden, D. (2009). To buy or not to buy? A social dilemma perspective on green buying. *Journal of Consumer Marketing*, 26(6), 376-391. <http://dx.doi.org/10.1108/07363760910988201>
30. Høst, K., Brugman, D., Tavecchio, L., Beem, L. (1998). Students' Perception of the Moral Atmosphere in Secondary School and the Relationship Between Moral Competence and Moral Atmosphere. *Journal of Moral Education*, 27(1), 47–70. <http://dx.doi.org/10.1080/0305724980270104>
31. Index of Economic Freedom. <https://www.heritage.org/index/>
32. Kim, A., Kim, Y., Han, K., Jackson, S. E., Ployhart, R. E. (2014). Multilevel influences on voluntary workplace green behavior: Individual differences, leader behavior and coworker advocacy. *Journal of Management*, 43(5), 1335-1358. <http://dx.doi.org/10.1177/0149206314547386>

33. Kostiuk, S. (2020). What can I do for the world? The content and expressions of personal social responsibility. *Psychological Journal*, 6(5), 117-129. <http://dx.doi.org/10.31108/1.2020.6.5.11>
34. Lacetera, N., Macis, M. (2010). Social image concerns and prosocial behavior: field evidence from a nonlinear incentive scheme. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76(2), 225-237. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jebo.2010.08.007>
35. Lee, J-Y., Halter, H., Johnson, K.K.P., Ju, H. (2013). Investigating fashion disposition with young consumers. *Young Consumers*, 14(1), 67-78. <http://dx.doi.org/10.1108/17473611311305494>
36. Lenzi, M., Vieno, A., Santinello, M., Nation, M., Voight, A. (2013). The role played by the family in shaping early and middle adolescent civic responsibility. *The Journal of Early Adolescence*, 34, 251–278. <http://dx.doi.org/10.1177/0272431613485822>
37. Manchiraju, S., Sadachar, A. (2014). Personal values and ethical fashion consumption. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(3), 357-374. <http://dx.doi.org/10.1108/jfmm-02-2013-0013>
38. Markowitz, E. M., Goldberg, L. R., Ashton, M. C., Lee, K. (2012). Profiling the “pro-environmental individual:” A personality perspective. *Journal of Personality*, 80(1), 81-111. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.2011.00721.x>
39. Mazutis, D. D. (2013). The CEO effect: A longitudinal, multilevel analysis of the relationship between executive orientation and corporate social strategy. *Business & Society*, 52(4), 631–648. <http://dx.doi.org/10.1177/0007650313490510>
40. Metzger, C., Maynard, R., Vultaggio, J., Daizen, T., Promboon, S., Ip, K. Y., Park, S.-Y. (2010). A Comparative Perspective on the Secondary and Post-Secondary Education Systems in Six Nations: Hong Kong, Japan, Switzerland, South Korea, Thailand and the United States. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 1511–1519. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.227>
41. Mishra, S., Modi, S. B. (2016). Corporate Social Responsibility and Shareholder Wealth: The Role of Marketing Capability. *Journal of Marketing*, 80 (1), 26-46. <http://dx.doi.org/10.1108/jfmm-02-2013-0013>
42. Naznen, F., Al Mamun, A. & Rahman, M.K. Modelling social entrepreneurial intention among university students in Bangladesh using value-belief-norm framework. *Curr Psychol*, 42, 31110–31127 (2023). <https://doi.org/10.1007/s12144-022-04119-2>
43. OECD Reviews of Integrity in Education: Ukraine 2017. <https://www.oecd.org/publications/oecd-reviews-of-integrity-in-education-ukraine-9789264270664-en.htm>
44. Pradhananga, A. K., Davenport, M. A. (2019). Predicting Farmer Adoption of Water Conservation Practices Using a Norm-based Moral Obligation Model. *Environmental Management*, 64 (4), 483-496. <https://doi.org/10.1007/s00267-019-01186-3>
45. Rupp, D. E., Shao, R., Thornton, M. A., Skarlicki, D. P. (2013). Applicants’ and employees’ reactions to corporate social responsibility: The moderating effects of first-party justice perceptions and moral identity. *Personnel Psychology*, 66, 895–933. <https://doi.org/10.1111/peps.12030>
46. Secchi, D., Bui, Hong T. M. (2018). Group Effects on Individual Attitudes Toward Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 149, 725-746. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3106-x>
47. Sosik, J., Koul, R., Cameron, J. (2016). Gender and contextual differences in social responsibility in Thai schools: a multi-study person versus situation analysis. *Journal of Beliefs & Values*, 38(1), 45-62. <https://doi.org/10.1080/13617672.2016.1237251>
48. Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., Snelgar, R., Furnham, A. (2011). Personality, individual differences, and demographic antecedents of self-reported household waste management

behaviours. *Journal of Environmental Psychology*, 31(1), 21–26. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.08.001>

49. Tang, Z., Chen, X., Luo, J. (2011). Determining socio-psychological drivers for rural household recycling behavior in developing countries: a case study from Wugan, Hunan, China. *Environment and Behavior*, 43(6), 848–877. <https://doi.org/10.1177/0013916510375681>

50. Thornton, J.C. (2015). The effect of relationship quality on individual perceptions of social responsibility in the US. *Frontiers in Psychology*, 6, 781. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00781>

51. VanAntwerp, J., Bruxvoort, C., Plett, M., Wilson, D. (2011). Examining Calling as a Motivator in Career Decisions: A Comparison of Engineering Graduates from Secular and Christian Undergraduate Institutions. *Christian Engineering Education Conference Proceedings*, 63–78, Trinity Western University, Vancouver, June 29–July 1, 2011.

52. Walton, T., Austin, D. M. (2011). Pro-environmental behavior in an urban structural context. *Sociological Spectrum*, 31(3), 260-287. <https://doi.org/10.1080/02732173.2011.557037>

53. Wang, W., Fu, Y., Qiu, H., Moore, J.H., Wang, Z. (2017). Corporate Social Responsibility and Employee Outcomes: A Moderated Mediation Model of Organizational Identification and Moral Identity. *Frontiers in Psychology*, 8:1906. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01906>

54. Wray-Lake, L., K. Syvertsen, A., A. Flanagan, C., (2016). Developmental Change in Social Responsibility During Adolescence: An Ecological Perspective. *Developmental Psychology*, 52(1), 130–142. <https://doi.org/10.1037/dev0000067>

55. Wray-Lake, L., Rote, W., Gupta, T., Godfrey, E., Sirin, S. (2015). Examining correlates of civic engagement among immigrant adolescents in the United States. *Research in Human Development*, 12(1-2), 10-27. <https://doi.org/10.1080/15427609.2015.1010343>

56. Xie, J.H., Yang, G.Q., Guo, Z.X., Wang, G. (2021). Exploring the Influence Mechanism of Farmers' Organic Fertilizer Application Behaviors Based on the Normative Activation Theory. *Land*, 10 (11): 1111. <https://doi.org/10.3390/land10111111>

57. Yang, Q., Al Mamun, A., Gao, J.Z., Long, S.Y., Masud, M.M. (2023). Social entrepreneurial intention among working adults: An emerging country context. *Frontiers in Psychology*, 14:1123198. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1123198>

58. Yin, J., Singhapakdi, A., Du, Y. (2016). Causes and moderators of corporate social responsibility in China: The influence of personal values and institutional logics. *Asian Business & Management*, 15, 226-254. <https://doi.org/10.1057/s41291-016-0001>

59. You, J. (2012). Social Trust: Fairness Matters More Than Homogeneity. *Political Psychology*, 33(5), 701-721. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2012.00893.x>

Received: 08.10.2023

Accepted: 25.10.2023