

Взаимосвязь ценностных ориентаций и характеристик ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия

В. П. Позняков, Е. А. Никуло

(Институт психологии РАН, Московский гуманитарный университет)

В статье излагаются результаты исследования взаимосвязи ценностных ориентаций с ответственным отношением предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия.

В центре исследования стоят проблемы, связанные с изучением ответственности как психологического отношения к другим людям в деловом взаимодействии. Оно определяется как комплекс эмоционально окрашенных представлений и оценок, характеризующихся разной степенью готовности и выражающих позицию личности относительно необходимости держать ответ за качественные характеристики отношений в деловом взаимодействии.

Принятие ответственности отражается в степени ориентации на сотрудничество, понимание другого участника делового взаимодействия, толерантное, терпимое отношение и ограничение доминирования в деловом взаимодействии.

Исследование ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия проводилось в период с 2009 по 2012 г. В опросе приняли участие 203 предпринимателя.

Анализ полученных данных позволил сделать вывод о том, что ценностные ориентации выступают в роли критерия, определяющего отношение личности к другим участникам делового взаимодействия. Ответственное отношение к партнерам в большей степени определяется высокой значимостью ценностей, связанных с благоприятными межличностными отношениями и личным развитием предпринимателя. Ценностные ориентации, отрицательно связанные с ответственным отношением («материально-обеспеченная жизнь», «здоровье», «активная, деятельная жизнь»), в большей степени сопряжены с прагматичным подходом, предполагающим реализацию в сфере деловых отношений направленности на взаимодействие, подразумевающее экономическую выгоду.

Ключевые слова: социальная психология, ценностные ориентации личности, психологические отношения, деловое взаимодействие, психология предпринимательства, ответственность, ответственное отношение.

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа продолжает традиции исследования социальной психологии российско-го предпринимательства, сложившиеся в Институте психологии РАН и развивающие экономическую психологию как отрасль психологической науки (Журавлев, Позняков, 2004; Позняков, 2001; 2002b; 2004; Проблемы экономической психологии, 2004; 2005; Социальная психология экономического ... , 1999; Социально-психологические исследования ... , 1999 и др.).

Результаты исследований предпринимательства представлены прежде всего в работах А. Л. Журавлева и В. П. Познякова (Журавлев, Позняков, 1993; 1995; 2012; Позняков, 1992; 2001; 2006; Позняков, Филинкова, 1998 и др.). В рамках этого направления в последние годы наиболее интенсивно изучаются социально-психологические факторы делового взаимодействия в предпринимательской среде (Вавакина, 2011; Журавлев, Позняков, Титова, 2008; Никуло, 2013; Позняков, Вавакина, 2009; 2011; 2014a; Позняков, Груздева, 2013; Позняков, Титова, 2005; 2014; Титова, 2007). Методологическими основаниями исследования являются теоретические положения комплексного, системного, субъектно-деятельностного и психосоциального подходов, используемые в организационно- и социально-психологических ис-

следованиях (Бодров, Журавлев, 2003; Журавлев, 1988; 2011; Методология комплексного ... , 2008; Парадигмы в психологии ... , 2012; Субъектный подход ... , 2009; Теория и методология ... , 2007). Теоретическую основу нашего исследования составила *концепция психологических отношений* индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности и ресурсно-ценностный подход к анализу делового взаимодействия, конкретизированные применительно к исследованию психологических отношений российских предпринимателей (Позняков, 2000; 2002а; 2012; Позняков, Вавакина, 2014b).

На основе теоретического анализа и обобщения результатов ранее выполненных исследований ответственности как одного из основных признаков нравственного отношения и поведения современных российских предпринимателей (Журавлев и др., 2011; Купрейченко, Журавлев, 1999; 2001; 2009; и др.), а также опираясь на результаты наших теоретических и эмпирических исследований, было сформулировано определение ответственного отношения к другим участникам делового взаимодействия и обозначены его структурные элементы. *Ответственное отношение* предпринимателей к участникам делового взаимодействия определяется как комплекс эмоционально окрашенных представлений и оценок, характеризующихся разной степенью готовности и выражающих позицию личности относительно необходимости держать ответ за качественные характеристики отношений в деловом взаимодействии. Принятие ответственности за качественные характеристики отношений отражается в степени выраженности ориентаций на сотрудничество, понимание другого участника делового взаимодействия, толерантное, терпимое отношение и ограничение доминирования в деловом взаимодействии (Позняков, Груздева, 2013).

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ КАК ФАКТОР ОТВЕТСТВЕННОГО ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К УЧАСТНИКАМ ДЕЛОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Ценностные ориентации являются важным регулятором жизни и деятельности предпринимателей (Журавлева, 2008). Способы решения многих проблем определяются жизненными приоритетами. В исследовании ценностных ориентаций российских предпринимателей выявлены наиболее предпочитаемые *терминальные ценности*: здоровье, семья, материальная обеспеченность, уверенность в себе, работа, свобода, друзья, любовь. У московских предпринимателей обнаружены высокие значения ценностей семьи и любви (Позняков, 2007). Н. А. Журавлева, приводя данные исследования ценностных ориентаций предпринимателей с 1994 по 2003 г., делает вывод о смещении акцентов в их ценностном сознании с направленности на свободу и высокое материальное благосостояние к ориентации на ценности семьи, здоровья, деловой и экономической активности, этические и интеллектуальные ценности (Журавлева, 2008). При этом переоценка ценностей, в частности некоторое возрастание значимости комплекса альтруистических ценностей, происходит в периоды после социально-экономических кризисов 1992–1993 гг. и 1998 г. Возрастает значение ценностей любви, счастья других, более значимыми становятся ценности самореализации — свободы и творчества (Журавлева, 2013).

Согласно результатам исследования Е. К. Завьяловой и С. Т. Посоховой в ряду ценностных ориентаций предпринимателей-мужчин предпочтение отдается ценностям, отражающим личное благополучие и профессиональное саморазвитие. Высокая ориентация предпринимателей на счастливую семейную жизнь интерпретируется как оправданная в связи с потребностью предпринимателей обладать эмоциональным тылом, обеспечивающим уверенность и защищенность (Завьялова, Посохова, 2004).

Важно отметить, что в перечисленных выше и многих других исследованиях разрабатываются проблемы, чрезвычайно актуальные для современного российского общества. Они

включены в более общее научное направление исследований, которое получило условное название «психологические проблемы общества (или психология общества)» и которое активно разрабатывается в Институте психологии РАН (Журавлев, 2011; Макропсихология ... , 2009; Психология адаптации ... , 2007; Психологические исследования ... , 2013; Психологические проблемы ... , 2012 и др.).

Таким образом, ценностные ориентации играют ключевую роль на разных этапах предпринимательской деятельности: от поиска бизнес-идеи до тонких нюансов ее реализации в жизнь. Представляя собой определенный способ взаимодействия человека с окружающей реальностью и ориентиры, обозначающие более предпочтительные способы взаимодействия с личной и социальной позиции, ценностные ориентации, вероятно, выступают важнейшим основанием для ответственного отношения к другим людям.

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ОТВЕТСТВЕННОГО ОТНОШЕНИЯ К УЧАСТНИКАМ ДЕЛОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Эмпирическое исследование ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия проводилось в период с 2009 по 2012 г. В опросе приняли участие 203 предпринимателя. В рамках данного исследования ценностные ориентации личности рассматриваются в качестве критерия выбора ею определенного отношения к участникам делового взаимодействия. В результате эмпирического исследования сформулирован вывод о том, что ответственное отношение к ним в большей степени определяется ценностными ориентациями, предполагающими межличностные отношения, способствующие сохранению отношений с другими людьми и развитию личности. При этом в большей степени ценностными ориентациями определяется *аффективный компонент ответственного отношения* к другим участникам делового взаимодействия. Данный эмпирический факт косвенно подтверждает предположение о ценностном основании психологических отношений, сделанное в рамках концепции психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности в изменяющихся социально-экономических условиях (Позняков, 2012).

Существуют ценностные ориентации, высокая значимость которых связана со снижением уровня ответственного отношения к другим участникам делового взаимодействия. В настоящем исследовании в их число входят ценностные ориентации на активную, деятельную жизнь, здоровье, материально обеспеченную жизнь. С другой стороны, ценностные ориентации на любовь, счастливую семейную жизнь, творчество характеризуются наиболее высокими значениями коэффициентов корреляции и отражают повышение уровня ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия. Таким образом, можно предположить, что ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия в большей степени основано на альтруистических ценностных ориентациях, а также ориентациях, связанных с самореализацией. Подробный анализ показал, что выделенные ценностные ориентации связаны с различными содержательными характеристиками (элементами) ответственного отношения. Для представления данной связи нами были выбраны ценностные ориентации, которые вносят наибольший вклад в определение уровня ответственного отношения (см. таблицу).

Ценностная ориентация на творчество связана с ориентациями на сотрудничество, понимание, толерантное, терпимое отношение и ограничение доминирования. Анализ выявленных связей показывает, что чем выше ориентация на творчество, тем выше понимание необходимости прогнозировать последствия своих действий и действий другого участника делового взаимодействия в реализации общего ответственного дела. Ориентация на творчество

Таблица

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК
ОТВЕТСТВЕННОГО ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К УЧАСТНИКАМ
ДЕЛОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (КОЭФФИЦИЕНТЫ КОРРЕЛЯЦИИ ПО СПИРМЕНУ)

Table

THE RELATIONSHIP OF VALUE ORIENTATIONS AND QUALITATIVE CHARACTERISTICS
OF ENTREPRENEURS' RESPONSIBLE ATTITUDE TO BUSINESS INTERACTIONS PARTICIPANTS
(SPEARMAN RANK CORRELATION COEFFICIENTS)

Ориентация в деловом взаимодействии	Характеристики ответственного отношения	Ценностные ориентации личности			
		Творчество	Любовь	Счастливая семейная жизнь	Материаль- ная обеспе- ченность
Ориентация на сотрудничество	Готовность делиться информацией в деловом взаимодействии	0,33*	0,41**	0,36**	—
	Необходимость прогнозировать послед- ствия действий участников делового взаимодействия для общего дела	0,32**	—	—	-0,30 **
	Совместный поиск новых путей более качественной реализации общего дела	—	0,41**	0,33**	-0,35**
	Готовность принимать ответственность за непредвиденные параметры ответ- ственности	—	0,37**	—	—
Ориентация на понимание другого участника взаимодействия	Готовность учитывать потребности, инте- ресы, ожидания участников делового взаимодействия	0,48**	—	0,36**	—
	Готовность понимать эмоциональное со- стояние участников делового взаимо- действия	0,49**	—	0,41**	-0,53**
Ориентация на терпимое, толерантное отношение	Отношение к совершению ошибок участ- никами делового взаимодействия	0,31**	0,42**	0,35**	-0,47**
	Отношение к использованию отличных от собственных способов реализации ответственности	—	—	—	-0,33 **
Ориентация на ограничение доминирова- ния	Отношение к контролю за действиями участников делового взаимодействия	—	—	0,32**	—
	Отношение к оказанию помощи участ- никам делового взаимодействия	0,51**	0,48**	0,59**	—

** Корреляция значима на уровне 0,01.

также связана с позитивным отношением к учету потребностей другого участника делового взаимодействия, нейтральным отношением к конфликтам на почве несовпадения интересов. Высокая ориентация на творчество связана с нейтральным отношением и принятием возможности совершения ошибок и позитивным отношением к привлечению других участников

делового взаимодействия для совместного поиска способов повышения качества общего ответственного дела. Понимание необходимости и готовность оказывать помощь, поддержку, содействие другому участнику делового взаимодействия, а также стремление понимать его эмоциональное состояние также положительно связаны с ценностной ориентацией на «творчество».

Для интерпретации полученных связей мы обратились к содержанию данной ценностной ориентации личности, которая отражает потребность, с одной стороны, в реализации себя, своего внутреннего мира, а с другой — учет своих внутренних потребностей. Логично предположить, что предприниматели, уделяющие внимание своим внутренним потребностям, также готовы знать и учитывать такие же потребности и интересы работающих с ними людей, с уважением к ним относиться. Предприниматели, придающие значение личной самореализации, лояльно относятся к появлению собственных ошибок и понимают их значение для творческого процесса, что позволяет им проявлять ту же позицию во взаимодействии с другими людьми. Вероятно, ориентация на самореализацию, раскрытие своего потенциала позволяет внимательно относиться к своеобразию других, быть толерантным к чужим ошибкам. Обращая внимание на оценочную функцию ценностных ориентаций, можно предположить, что предприниматели с приоритетной направленностью на творчество склонны создавать вокруг себя условия и привлекать людей, способствующих удовлетворению потребности в творческой активности. Важно учитывать, что в большинстве случаев для предпринимателя творческий процесс как реализация потенциала связан с его бизнесом и может заключаться в создании инноваций или ведении необычных проектов, нетипичных форм бизнеса. При этом в случае инновации риски возрастают и нередко ключевое значение в них приобретает *человеческий фактор* (подробнее об этом см.: Ломов, Журавлев, 1978). При реализации бизнес-задач, предполагающих высокий риск, важна отдача каждого участника, будь то партнер, сотрудник или заказчик. Возможно, именно поэтому ориентированные на творчество предприниматели стараются относиться ответственно к другим участникам делового взаимодействия и тем самым обеспечивать высокое качество социальной сети для успешной реализации новых проектов.

Взаимосвязь ценностной ориентации на любовь (духовную и физическую близость с любимым человеком) и элементов ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия характеризуется более высокими значениями коэффициентов корреляции. Высокая значимость в структуре ценностных ориентаций ценности «любовь» связана с пониманием необходимости обмена информацией, даже если это приведет к конфликту, и с позитивным отношением к самому факту возникновения конфликта в процессе реализации совместного ответственного дела. Также данная ценностная ориентация связана с повышением уровня ответственного отношения в области представления о совместной активности по повышению качества. Высокие показатели по ней определяют представление о том, что сделать совместное дело более качественно можно только сообща, вовлекая другого участника делового взаимодействия, а также отражают позитивное отношение к такого рода сотрудничеству и готовность привлекать другого участника при условии наличия инициативы с его стороны. Лояльное отношение к ошибкам другого участника делового взаимодействия также связано с данной ценностной ориентацией. Вероятно, предприниматели, у которых значимое место в системе ценностных ориентаций занимает «любовь», в большей степени нуждаются в создании и поддержании межличностных отношений и потому стремятся ответственно относиться к другим участникам делового взаимодействия, в том числе реализуя эту потребность. Одновременно с этим можно предположить, что ориентация на духовную и физическую близость с любимым человеком подразумевает высокую степень готовности принятия другого.

Связи ценностной ориентации на счастливую семейную жизнь с элементами ответственного отношения можно интерпретировать как бóльшую направленность на социальное окружение со стороны предпринимателей с выраженным приоритетом ценности благоприятных межличностных взаимоотношений. Ориентация на счастливую семейную жизнь определяет целый ряд характеристик отношения предпринимателей: понимание и позитивное отношение к необходимости предварительно согласовывать с другим участником делового взаимодействия возможность оказания ему помощи, поддержки, содействия; понимание необходимости делиться информацией, даже если это приведет к конфликтам; позитивное отношение к необходимости прояснять и учитывать потребности, интересы и ожидания партнера по деловому взаимодействию в процессе реализации совместного ответственного дела; снисходительное отношение к ошибкам другого участника. В то же время данная ценностная ориентация личности связана с высокой готовностью приложить дополнительные усилия и использовать личные ресурсы для того, чтобы понять эмоциональное состояние другого участника делового взаимодействия, с готовностью брать на себя ответственность за непредвиденные обстоятельства при выполнении общего дела. Выраженная ориентация на счастье в семейной жизни связана с отсутствием стремления контролировать действия партнера. Если посмотреть на ценностные ориентации с этой точки зрения, то можно выдвинуть предположение о том, что предприниматели в данном исследовании ориентированы одновременно на *создание доверительных отношений*, чуткость и кооперацию и при этом готовы отказаться от жесткого контроля за другим участником делового взаимодействия. На наш взгляд, это как раз и является показателем *истинной ответственности* во взаимодействии, так как ориентация на других людей без определенного отказа от доминирования часто сопровождается стремлением к созданию зависимых отношений, построенных на взаимной манипуляции. Ориентация же на доминирование, контроль в чистом виде не учитывает потребности и интересы других людей.

Сочетание двух выделенных ориентаций позволяет относиться к другому как к автономному, способному к самостоятельной ответственности, принимать во внимание его интересы, учитывать его своеобразие и взаимодействовать в рамках независимых, взаимовыгодных отношений. Предположительно также, что предприниматели с выраженной ориентацией на счастливую семейную жизнь много внимания уделяют *партнерским отношениям*. И несмотря на то что в целом они предпочитают не выводить отношения с партнерами за рамки деловых, все же знают, каких усилий стоит поддержание долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества.

Взаимосвязь ценностной ориентации на материально обеспеченную жизнь и компонентов ответственного отношения к другим участникам делового взаимодействия свидетельствует о максимальной ориентации предпринимателя на свои прагматичные интересы при совершении общего дела. Данная ценностная ориентация связана с недоверием к отличным от собственных способам реализации ответственности, с негативным отношением к необходимости прогнозировать последствия своих действий для себя, партнера и общего дела.

Такая ориентация характеризуется также негативным отношением к поиску дополнительных путей решения совместных задач и низкой готовностью допускать то, что другой участник делового взаимодействия может совершать ошибки. Вероятно, предприниматели, ориентированные на материальную обеспеченность, в большой степени настроены прагматично и предпочитают направлять свои усилия не на выстраивание и поддержание отношений, а на деловую активность и рациональное достижение утилитарных целей. Такой подход к деловому взаимодействию ранее обозначен как *ресурсный* (Позняков, Вавакина, 2014), так как другие участники делового взаимодействия и само взаимодействие рассматриваются в данном случае как ресурс, средства извлечения личной выгоды, основанные в первую

очередь на индивидуальной системе ценностей. Мы предполагаем, что такие результаты могут объясняться тем, что данная ценностная ориентация преимущественно выражена у тех предпринимателей, кто в настоящий момент недоволен финансовыми результатами своего бизнеса. Актуальной задачей для них является избегание финансовых ограничений, а также повышение уровня своего дохода, что побуждает концентрироваться только на составляющих процесса и результата конкретного вида деятельности.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что ценностные ориентации выступают в *роли критерия*, определяющего качество отношения предпринимателя к другим участникам делового взаимодействия. Структурные элементы психологических отношений, в частности аффективный компонент, имеют ценностное основание. Ответственное отношение к участникам делового взаимодействия в большей степени определяется высокой значимостью ценностей, связанных с благоприятными межличностными отношениями и личным развитием предпринимателя. Ценностные ориентации, отрицательно связанные с ответственным отношением («материально обеспеченная жизнь», «здоровье», «активная, деятельная жизнь»), в большей степени связаны с прагматичным подходом, предполагающим реализацию в сфере деловых отношений направленности на взаимодействие, подразумевающее экономическую выгоду. Предприниматели, руководствующиеся прагматичными ценностными ориентациями, уделяют меньше внимания отношениям с другими участниками делового взаимодействия, исключительно сосредоточены на деле и достижении практически выгодных результатов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бодров, В. А., Журавлев, А. Л. (2003) Методологические принципы и результаты фундаментальных исследований профессиональной деятельности // Человеческий фактор: проблемы психологии и эргономики. № 2 (23). С. 64–69.

Вавакина, Т. С. (2011) Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству : дис. ... канд. психол. наук. М. 219 с.

Журавлев, А. Л. (1988) Роль системного подхода в исследовании психологии трудового коллектива // Психологический журнал. Т. 9. № 6. С. 53–64.

Журавлев, А. Л. (2011) Актуальные проблемы социально ориентированных отраслей психологии. М. : Институт психологии РАН. 560 с.

Журавлев, А. Л., Купрейченко, А. Б., Горбачева, Е. И. (2011) Нравственно-психологические компоненты экономического самоопределения предпринимателей и менеджеров в организации творческого труда // Психология в экономике и управлении. № 1. С. 13–28.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1993) Социально-психологические трудности становления малого бизнеса в России (анализ группового мнения предпринимателей) // Психологический журнал. Т. 14. № 6. С. 23–34.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1995) Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М. : Институт психологии РАН. 58 с.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (2004) Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований // Психология. Журнал Высшей школы экономики. Т. 1. № 3. С. 46–64.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (2012) Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений. М. : Институт психологии РАН. 480 с.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П., Титова, О. И. (2008) Гендерные особенности конкуренции и партнерства // Наука. Культура. Общество. № 4. С. 102–115.

Журавлева, Н. А. (2008) Ценностные ориентации предпринимателей в изменяющемся российском обществе // Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика. № 1. С. 46–49.

Журавлева, Н. А. (2013) Психология социальных изменений: ценностный подход. М. : Институт психологии РАН. 524 с.

Завьялова, Е. К., Посохова, С. Т. (2004) Психология предпринимательства : учеб. пособие. СПб. : Изд-во СПбГУ. 296 с.

Купрейченко, А. Б., Журавлев, А. Л. (1999) Отношение современных российских предпринимателей к морально-этическим нормам делового поведения // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М. : Институт психологии РАН. 276 с. С. 89–109.

Купрейченко, А. Б., Журавлев, А. Л. (2001) Психологическая дистанция между личностью и представителями различных социальных категорий // Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М. : Социум ; Институт психологии РАН. 288 с. С. 36–59.

Купрейченко, А. Б., Журавлев, А. Л. (2009) Отношение к деньгам предпринимателей с различным психологическим типом экономической активности // Психология и экономика. Т. 2. №1. С. 12–32.

Ломов, Б. Ф., Журавлев, А. Л. (1978) Психология и управление. М. : Знание. 64 с.

Макропсихология современного российского общества (2009) / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. М. : Институт психологии РАН. 352 с.

Методология комплексного человекознания и современная психология (2008) / отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова. М. : Институт психологии РАН. 603 с.

Никуло, Е. А. (2013) Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия : дис ... канд. психол. наук. М. 195 с.

Парадигмы в психологии: науковедческий анализ (2012) / отв. ред. А. Л. Журавлев, Т. В. Корнилова, А. В. Юревич. М. : Институт психологии РАН. 468 с.

Позняков В. П. (1992) Новая социальная группа: признаки, мотивы действий, трудности становления // Человек и труд. №4–5. С. 14–17.

Позняков, В. П. (2000) Психологические отношения и деловая активность субъектов экономической деятельности в условиях разных форм собственности // Психологический журнал. Т. 21. №6. С. 38–50.

Позняков, В. П. (2001) Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М. : Институт психологии РАН. 240 с.

Позняков, В. П. (2002а) Психологические отношения в условиях изменения форм собственности : дис. ... д-ра психол. наук. М. 346 с.

Позняков, В. П. (2002b) Экономическая психология // Социальная психология : учеб. пособие / отв. ред. А. Л. Журавлев. М. : Пер Сэ. 351 с. С. 292–313.

Позняков, В. П. (2004) Экономическая психология как отрасль психологической науки // Проблемы экономической психологии : в 2 т. / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. М. : Институт психологии РАН. Т. 1. 620 с. С. 27–57.

Позняков, В. П. (2006) Социальная психология предпринимательства: состояние исследований и современные тенденции развития // Журавлев А. Л., Соснин В. А., Красников М. А. Социальная психология : учеб. пособие. М. : Форум ; ИНФРА-М. 416 с. С. 392–410.

Позняков, В. П. (2007) Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей // Россия в глобализирующемся мире : мировоззренческие и социокультурные аспекты / отв. ред. В. С. Степин. М. : Наука. 640 с. С. 513–528.

Позняков, В. П. (2012) Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности // Психологический журнал. Т. 33. №5. С. 5–15.

Позняков, В. П., Вавакина, Т. С. (2009) Деловое партнерство как одна из форм деловой активности предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. №4. С. 36–43.

Позняков, В. П., Вавакина, Т. С. (2011) Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству // Знание. Понимание. Умение. № 2. С. 100–103.

Позняков, В. П., Вавакина, Т. С. (2014а) Деловое партнерство как вид социального взаимодействия: ресурсно-ценностный подход // Человеческий фактор проблемы психологии и эргономики. №2 (69). С. 3–11.

Позняков, В. П., Вавакина, Т. С. (2014b) Ресурсно-ценностный подход к анализу социально-го взаимодействия субъектов совместной жизнедеятельности // Знание. Понимание. Умение. № 3. С. 257–268.

Позняков, В. П., Груздева, Е. А. (2013) Социально-психологические факторы ответственно-го отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия // Знание. По-нимание. Умение. № 3. С. 226–234.

Позняков, В. П., Титова, О. И. (2005) Конкурентные и партнерские отношения российских предпринимателей: региональные и гендерные особенности // Проблемы экономической пси-хологии : в 2 т. / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. М. : Институт психологии РАН. Т. 2. 644 с. С. 181–204.

Позняков, В. П., Титова, О. И. (2014) Особенности отношений предпринимателей мужчин и женщин к конкуренции и партнерству в деловом взаимодействии // Психологический жур-нал. Т. 35. № 4. С. 5–17.

Позняков, В. П., Филинкова, Е. Б. (1998) Психология успешного предпринимательства: опыт исследования и практической работы // Прикладная психология. № 5. С. 32–43.

Проблемы экономической психологии (2004) : в 2 т. / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрей-ченко. М. : Институт психологии РАН. Т. 1. 620 с.

Проблемы экономической психологии (2005) : в 2 т. / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрей-ченко. М. : Институт психологии РАН. Т. 2. 644 с.

Психологические исследования проблем современного российского общества (2013) / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М. : Институт психологии РАН. 502 с.

Психологические проблемы современного российского общества (2012) / отв. ред. А. Л. Жу-равлев, Е. А. Сергиенко. М. : Институт психологии РАН. 575 с.

Психология адаптации и социальная среда: современные подходы, проблемы, перспективы (2007) / отв. ред. А. Г. Дикая, А. Л. Журавлев. М. : Институт психологии РАН. 624 с.

Социальная психология экономического поведения (1999) / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шо-рохова. М. : Наука. 237 с.

Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства (1999) / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М. : Институт психологии РАН. 276 с.

Субъектный подход в психологии (2009) / под ред. А. Л. Журавлева, В. В. Знакова, З. И. Ря-бикиной, Е. А. Сергиенко. М. : Институт психологии РАН. 619 с.

Теория и методология психологии: Постнеклассическая перспектива (2007) / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. М. : Институт психологии РАН. 528 с.

Титова, О. И. (2007) Гендерные различия отношений российских предпринимателей к конку-ренции и партнерству : дис. ... канд. психол. наук. М. 167 с.

Дата поступления: 30.08.2014 г.

*THE CORRELATION BETWEEN VALUE ORIENTATIONS AND CHARACTERISTICS
OF ENTREPRENEURS' RESPONSIBLE ATTITUDE TO OTHER PARTICIPANTS
OF THE BUSINESS INTERACTION*

V. P. POZNYAKOV, E. A. NIKULO

*(THE INSTITUTE OF PSYCHOLOGY OF THE RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES;
MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES)*

The article presents the outcomes of studying the relations between entrepreneurs' value orienta- tions and their responsible attitude to other participants of business interaction.

The research has primarily focused on the issues of responsibility as a psychological attitude towards others in business interaction. We define this attitude as a set of emotional views and assess- ments given with varying degrees of preparedness and expressing a personal standpoint on the need to answer for qualitative characteristics of relationships within the business interaction. Responsibility taken can be measured by the degree of commitment to cooperation, to understanding the other party, by the tolerant attitude and curbing dominance in business interaction.

Between 2009 and 2012, we conducted a study of the entrepreneurs' responsible attitude to parties in business interaction. The survey covered 203 entrepreneurs. Analysis of its data allowed us to conclude that values act as a criterion for determining the individual's attitudes to other parties of the business interaction. Responsible attitude towards partners is largely determined by the high significance of the values associated with happy interpersonal relationships and the entrepreneur's personal development. Value orientations which are negatively associated with the responsible attitude (well-off lifestyle, health, active life) are largely linked to a pragmatic approach which implies that business relations must focus on economic benefits.

Keywords: social psychology, value orientation, psychological relations, business communication, psychology, entrepreneurship, responsibility, responsible attitude.

REFERENCES

Bodrov, V. A. and Zhuravlev, A. L. (2003) Metodologicheskie printsipy i rezul'taty fundamental'nykh issledovaniy professional'noi deiatel'nosti [Fundamental Studies of Professional Activity: Methodological Principles and Outcomes]. *Chelovecheskii faktor: problemy psikhologii i ergonomiki* [The Human Factor: Issues of Psychology and Ergonomics], no. 2 (23), pp. 64–69. (In Russ.).

Vavakina, T. S. (2011) *Tipy psikhologicheskogo otnosheniia rossiyskikh predprinimatelei k delovomu partnerstvu* [Types of Russian Entrepreneurs' Psychological Attitudes to Business Partnership] : diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 219 p. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. (1988) Rol' sistemnogo podkhoda v issledovanii psikhologii trudovogo kollektiva [The Role of System Approach in the Psychological Studies of Work Collectives]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 9, no. 6, pp. 53–64. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. (2011) *Aktual'nye problemy sotsial'no orientirovannykh otraslei psikhologii* [Topical Issues of Socially Oriented Fields of Psychology]. Moscow, Institute of Psychology of the RAS. 560 p. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L., Kupreichenko, A. B. and Gorbacheva, E. I. (2011) Nravstvenno-psikhologicheskie komponenty ekonomicheskogo samoopredeleniia predprinimatelei i menedzherov v organizatsii tvorcheskogo truda [Moral and Psychological Components of Economic Self-determination in Entrepreneurs and Managers for Creative Labour Arrangement]. *Psikhologiya v ekonomike i upravlenii*, no. 1, pp. 13–28. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L., Poznyakov, V. P. (1993) Sotsial'no-psikhologicheskie trudnosti stanovleniia malo go biznesa v Rossii (analiz gruppovogo mneniia predprinimatelei) [Socio-psychological Barriers to Small Business Development in Russia (Analysis of Entrepreneurs' Group Opinions)]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 14, no. 6, pp. 23–34. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. and Poznyakov, V. P. (1995) *Delovaiia aktivnost' predprinimatelei: metody otsenki i vozdeistviia* [Business Activities of Entrepreneurs: Methods of Evaluation and Impact]. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 58 p. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. and Poznyakov, V. P. (2004) Ekonomicheskaiia psikhologiya: teoreticheskie problemy i napravleniia empiricheskikh issledovaniy [Economic Psychology: Theoretical Problems and Directions of Empirical Studies]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei sbkoly ekonomiki*, vol. 1, no. 3, pp. 46–64. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. and Poznyakov, V. P. (2012) *Sotsial'naiia psikhologiya rossiiskogo predprinimatel'stva: Kontseptsiiia psikhologicheskikh otnoshenii* [Social Psychology of Russian Entrepreneurship: The Concept of Psychological Relations]. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 480 p. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L., Poznyakov, V. P. and Titova, O. I. (2008) Gendernye osobennosti konkurentsii i partnerstva [Gender Aspects of Competition and Partnership]. *Nauka. Kul'tura. Obschestvo*, no. 4, pp. 102–115. (In Russ.).

Zhuravleva, N. A. (2008) Tsennostnye orientatsii predprinimatelei v izmeniaiushchemsia rossiiskom obshchestve [Value Orientations of Entrepreneurs in the Developing Russian Society]. *Vestnik RUDN. Seriya: Psikhologiya i pedagogika*, no. 1, pp. 46–49. (In Russ.).

Zhuravleva, N. A. (2013) *Psikhologiiia sotsial'nykh izmenenii: tsennostnyi podkhod* [Psychology of Social Changes: A value-Based Approach]. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 524 p. (In Russ.).

Zav'ialova, E. K., Posokhova, S. T. (2004) *Psikhologiiia predprinimatel'stva* [Psychology of Entrepreneurship]: a textbook. St. Petersburg, St. Petersburg State University Publ. 296 p. (In Russ.).

Kupreychenko, A. B. and Zhuravlev, A. L. (1999) Otnoshenie sovremennykh rossiiskikh predprinimatelei k moral'no-eticheskim normam delovogo povedeniia [Attitudes of Contemporary Russian Entrepreneurs to Moral and Ethical Norms of Business Behaviour]. In: *Sotsial'no-psikhologicheskie issledovaniia rukovodstva i predprinimatel'stva* [Social and Psychological Studies of Leadership and Entrepreneurship] / ed. by A. L. Zhuravlev and E. V. Shorokhova. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 276 p. Pp. 89–109. (In Russ.).

Kupreychenko, A. B. and Zhuravlev, A. L. (2001) Psikhologicheskaiia distantsiia mezhdou lichnost'iu i predstaviteliami razlichnykh sotsial'nykh kategorii [Psychological Distance between Individuals and Representatives of Various Social Categories]. In: *Psikhologiiia sovместnoi zhidnediatei'nosti malykh grupp i organizatsii* [Psychology of Joint Activity of Small Groups and Organizations] / ed. by A. L. Zhuravlev and E. V. Shorokhova. Moscow, Sotsium Publ. ; Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 288 p. Pp. 36–59. (In Russ.).

Kupreychenko, A. B. and Zhuravlev, A. L. (2009) Otnoshenie k den'gam predprinimatelei s razlichnym psikhologicheskim tipom ekonomicheskoi aktivnosti [Attitudes to Money in the Entrepreneurs with Different Types of Economic Activity]. *Psikhologiiia i ekonomika* [Psychology and Economics], vol. 2, no. 1, pp. 12–32. (In Russ.).

Lomov, B. F. and Zhuravlev, A. L. (1978) *Psikhologiiia i upravlenie* [Psychology and Management]. Moscow, Znanie Publ. 64 p. (In Russ.).

Makropsikhologiiia sovremennogo rossiiskogo obshchestva (2009) [Macropsychology of Contemporary Russian Society] / ed. by A. L. Zhuravlev and A. V. Yurevich. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 352 p. (In Russ.).

Metodologiiia kompleksnogo chelovekoznaniiia i sovremennaia psikhologiiia [Methodology of Complex Human Studies and Contemporary Psychology] (2008) / ed. by A. L. Zhuravlev and V. A. Kol'tsova. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 603 p. (In Russ.).

Nikulo, E. A. (2013) *Sotsial'no-psikhologicheskie faktory otvetstvennogo otnosheniia predprinimatelei k uchastnikam delovogo vzaimodeistviia* [Socio-psychological Factors of Entrepreneurs' Responsible Attitude to the Participants of Business Interaction]: diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 195 p. (In Russ.).

Paradigmy v psikhologii: nauchovedcheskii analiz [Paradigms in Psychology: A Science Studies Analysis] (2012) / ed. by A. L. Zhuravlev, T. V. Kornilova and A. V. Yurevich. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 468 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (1992) Novaia sotsial'naia gruppa: priznaki, motivy deistvii, trudnosti stanovleniia [The New Social Group: Characteristics, Motives, Emergence Issues]. *Chelovek i trud*, no. 4–5, pp. 14–17. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2000) Psikhologicheskie otnosheniia i delovaia aktivnost' sub'ektov ekonomicheskoi deiatel'nosti v usloviakh raznykh form sobstvennosti [Psychological Relations and Business Activity of Subjects of Economic Activities under the Conditions of Different Forms of Ownership]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 21, no. 6, pp. 38–50. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2001) *Psikhologicheskie otnosheniia i delovaia aktivnost' rossiiskikh predprinimatelei* [Psychological Relations and Business Activity of Russian Entrepreneurs]. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 240 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2002a) *Psikhologicheskie otnosheniia v usloviakh izmeneniia form sobstvennosti* [Psychological Relations under Changing Patterns of Ownership]: diss. ... Doctor of Psychology. Moscow. 346 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2002b) Ekonomicheskaiia psikhologiiia [Economic Psychology]. In: *Sotsial'naia psikhologiiia* [Social Psychology]: a textbook / ed. by A. L. Zhuravlev. Moscow, Per Se Publ. 351 p. Pp. 292–313. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2004) Ekonomicheskaya psikhologiya kak otras' psikhologicheskoi nauki [Economic Psychology as a Branch of Psychological Science]. In: *Problemy ekonomicheskoi psikhologii* [Issues of Economic Psychology]: in 2 vols. / ed. by A. L. Zhuravlev and A. B. Kupreichenko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 1. 620 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2006) Sotsial'naya psikhologiya predprinimatel'stva: sostoyaniye issledovaniy i sovremennyye tendentsii razvitiya [Social Psychology of Entrepreneurship: The Current State of Research and Contemporary Trends]. In: Zhuravlev, A. L., Sosnin, V. A. and Krasnikov, M. A. *Sotsial'naya psikhologiya* [Social Psychology]: a textbook. Moscow, Forum Publ. ; INFRA-M Publ. 416 p. Pp. 392–410. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2007) Predprinimatel'stvo kak tsennost' i tsennosti rossiiskikh predprinimatelei [Entrepreneurship as a Value and the Values of Russian Entrepreneurs]. In: *Rossiya v globaliziruiushchemsya mire: mirovozzrencheskie i sotsiokul'turnyye aspekty* [Russia in the Globalizing World: Paradigmatic and Sociocultural aspects] / ed. by V. S. Stepin. Moscow, Nauka Publ. 640 p. Pp. 513–528. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2012) Psikhologicheskie otnosheniya individual'nykh i gruppyvnykh sub'ektov sovmestnoi zhiznedeyatel'nosti [Psychological Relations between Individual and Collective Subjects in Joint Activities]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 33, no. 5, pp. 5–15. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Vavakina, T. S. (2009) Delovoe partnerstvo kak odna iz form delovoi aktivnosti predprinimatelei [Business Partnership as a Form of Entrepreneurs' Business Activity]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 4, pp. 36–43. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Vavakina, T. S. (2011) Tipy psikhologicheskogo otnosheniya rossiiskikh predprinimatelei k delovomu partnerstvu [The Types of Russian Entrepreneurs' Psychological Attitude towards Business Partnership]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 2, pp. 100–103. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Vavakina, T. S. (2014a) Delovoe partnerstvo kak vid sotsial'nogo vzaimodeystviya: resursno-tsennostnyy podkhod [Business Partnership as a Type of Social Interaction: A Resource Value Approach]. *Chelovecheskii faktor problemy psikhologii i ergonomiki* [The Human Factor: Issues of Psychology and Ergonomics], no. 2 (69), pp. 3–11. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Vavakina, T. S. (2014b) Resursno-tsennostnyy podkhod k analizu sotsial'nogo vzaimodeystviya sub'ektov sovmestnoi zhiznedeyatel'nosti [The Analysis of Social Interaction between Subjects of Joint Activity: A Resource-value Approach]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 3, pp. 257–268. (In Russ.).

Pozniakov, V. P. and Gruzdeva, E. A. (2013) Social'no-psikhologicheskie faktory otvetstvennogo otnosheniya predprinimatelei k drugim uchastnikam delovogo vzaimodeystviya [The Social and Psychological Factors of Entrepreneurs' Responsible Attitude to Other Participants of Business Interaction]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 3, pp. 226–234. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Titova, O. I. (2005) Gendernyye osobennosti konkurentsii i partnerstva [Gender Aspects of Competition and Partnership]. In: *Problemy Ekonomicheskoi Psikhologii* [Issues of economic psychology]: in 2 vols. / ed. by A. L. Zhuravlev and A. B. Kupreichenko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 644 p. Vol. 2. Pp. 181–204. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Titova, O. I. (2014) Osobennosti otnosheniya predprinimatelei muzhchin i zhenshchin k konkurentsii i partnerstvu v delovom vzaimodeystvii [Specific Features of Male and Female Entrepreneurs' Attitudes to Competition and Partnership in Business Interaction]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 35, no. 4, pp. 5–17. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Filinkova, E. B. (1998) *Psikhologiya uspebnogo predprinimatel'stva: opyt issledovaniya i prakticheskoi raboty* [The Psychology of Successful Entrepreneurship: The Experience of Research and Practical Work]. *Zhurnal prikladnoi psikhologii*, no. 5, pp. 32–43. (In Russ.).

Problemy ekonomicheskoi psikhologii [Issues of economic psychology] (2004): in 2 vols. / ed. by A. L. Zhuravlev and A. B. Kupreichenko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 1. 620 p. (In Russ.).

Problemy ekonomicheskoi psikhologii [Issues of economic psychology] (2005): in 2 vols. / ed. by A. L. Zhuravlev and A. B. Kupreichenko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 2. 644 p. (In Russ.).

Psikhologicheskie issledovaniia problem sovremennoogo rossiiskogo obsbchestva [Psychological Studies of Problems of Contemporary Russian society] (2013) / ed. by A. L. Zhuravlev and E. A. Sergienko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 502 p. (In Russ.).

Psikhologicheskie problemy sovremennoogo rossiiskogo obsbchestva [Psychological Problems of the Contemporary Russian Society] (2012) / ed. by A. L. Zhuravlev and E. A. Sergienko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 575 p. (In Russ.).

Psikhologiya adaptatsii i sotsial'naia sreda: sovremennye podkbody, problemy, perspektivy [Psychology of Adaptation and Social Environment: Contemporary Approaches, Problems and Prospects] (2007) / ed. by L. G. Dikaia and A. L. Zhuravlev. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 624 p. (In Russ.).

Sotsial'naia psikhologiya ekonomicheskogo povedeniia [Social Psychology of Economic Behavior] (1999) / ed. by A. L. Zhuravlev and E. V. Shorokhova. Moscow, Nauka Publ. 237 p. (In Russ.).

Sotsial'no-psikhologicheskie issledovaniia rukovodstva i predprinimatel'stva [Socio-psychological Studies of Management and Entrepreneurship] (1999) / ed. by A. L. Zhuravlev and E. V. Shorokhova. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 276 p. (In Russ.).

Sub'ektnyi podkbid v psikhologii [Subject approach in psychology] (2009) / ed. by A. L. Zhuravleva, V. V. Znakova, Z. I. Riabikinoi and E. A. Sergienko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 619 p. (In Russ.).

Teoriia i metodologiya psikhologii: Postneklassicheskaia perspektiva [Theory and Methodology in Psychology: Postnonclassic Perspective] (2007) / ed. by A. L. Zhuravlev and A. V. Yurevich. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 528 p. (In Russ.).

Titova, O. I. (2007) *Gendernye razlichiiia otnoshenii rossiiskikh predprinimatelei k konkurentsii i partnerstvu* [Gender Differences in Russian Entrepreneurs' Attitude to Competition and Partnership]: Diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 167 p.

Submission date: 30.08.2014.

Позняков Владимир Петрович — доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры социальной и этнической психологии Московского гуманитарного университета, главный научный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН. Адрес: 190003, Россия, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13. Тел.: +7 (499) 374-56-11. Эл. адрес: pozn_v@mail.ru

Николо Екатерина Александровна — кандидат психологических наук, ассоциированный сотрудник Института психологии РАН, старший преподаватель кафедры социальной и этнической психологии МосГУ, психолог-консультант ООО «Центр эмоционально-образной терапии», г. Москва. Адрес: 123103, Россия, г. Москва, ул. Маршала Тухачевского, д. 51. Тел.: +7 (499) 755-76-71. E-mail: e.gruzdeva@gmail.com

Poznyakov Vladimir Petrovich, Doctor of Psychology, Professor, Department of Social and Ethnic Psychology, Moscow University for the Humanities; Chief research fellow, Laboratory for Social and Economic Psychology, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. Postal address: 13 Yaroslavskaia St., Moscow, Russian Federation, 190003. Tel.: +7 (499) 374-56-11. E-mail: pozn_v@mail.ru

Nikolo Ekaterina Aleksandrovna, Candidate of Psychology, Associate Researcher, Laboratory for Social and Economic Psychology, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences; Senior Lecturer, Department of Social and Ethnic Psychology, Moscow University for the Humanities; Consulting Psychologist, Center for Emotional and Image Therapy LLC, Moscow. Postal address: 51 Marshal Tukhachevsky St., Moscow, Russian Federation, 123103. Tel.: +7 (499) 755-76-71. E-mail: e.gruzdeva@gmail.com