

Ресурсно-ценностный подход к анализу социального взаимодействия субъектов совместной жизнедеятельности

В. П. Позняков

(Институт психологии РАН, Московский гуманитарный университет),

Т. С. Вавакина

(Высшая школа психологии, Институт психологии РАН)

В статье излагаются концептуальные представления о социальном взаимодействии и психологических отношениях субъектов совместной жизнедеятельности. Актуальность проблемы обусловлена высокой социальной востребованностью научного анализа трансформации форм и видов социального взаимодействия в современной России как в сфере деловых, так и в сфере эмоциональных отношений. Эта потребность сочетается с недостаточной разработкой методологических подходов к исследованию различных видов социального взаимодействия.

Анализ существующих теоретических подходов к рассмотрению различных видов социального взаимодействия позволил выделить четыре основных типа социального взаимодействия: предметно-ресурсное, субъектно-ресурсное, субъектно-ценностное и предметно-ценностное взаимодействие. Выделены наиболее общие базовые принципы социального взаимодействия: прагматичность (полезность, выгодность) и нравственность. Сформулированы основные положения ресурсно-ценностного подхода к анализу социального взаимодействия. Показано, что существенными характеристиками взаимодействия между его участниками (партнерами) является содержание ценностей и норм, определяющих позицию, ориентацию того или иного участника взаимодействия, которая придает этому взаимодействию конкретный и определенный смысл. Выделены основные виды психологических отношений субъектов совместной жизнедеятельности, различающиеся по критерию, лежащему в основе эмоционально окрашенной оценки объекта отношения: эмоционально-потребностные (эмоциональные) отношения, рационально-целевые (деловые) и ценностно-смысловые (ценностные) отношения. Показана перспективность использования ресурсно-ценностного подхода к анализу социального взаимодействия и психологических отношений субъектов совместной жизнедеятельности.

Ключевые слова: психологические отношения, ресурсно-ценностный подход, социальная психология, социальное взаимодействие, совместная жизнедеятельность.

ВВЕДЕНИЕ

За последние более чем 20 лет у нас в стране произошла существенная трансформация форм и видов социального взаимодействия как в сфере деловых, так и в сфере эмоциональных отношений. В условиях относительно свободной экономической жизни сформировалась группа самостоятельных активных людей, которые на свой страх и риск могут заниматься бизнесом. Сложилась ситуация, когда индивидуальные экономические субъекты осознали, что враждовать друг с другом или соперничать им не выгодно. Получила свое развитие такая форма взаимодействия, как деловое партнерство. С другой стороны, существенные изменения происходят и в сфере личных взаимоотношений между людьми. Многие исследователи отмечают, что прагматичность, выгода в значительной и все большей степени начинают определять позицию и поведение некоторых людей и в сфере их личных взаимоотношений. Основным механизмом координации социального взаимодействия являются разделяемые его участниками, партнерами неформальные нормы и ценности. В современных условиях человек все в большей степени выступает как активный субъект, самостоятельно выбирающий способы взаимодействия с другими людьми как в деловой сфере, в своей экономической деятельности, так и в сфере личной жизни, в сфере эмоциональных отношений. В связи с этим особое внимание привлекает проблема ценностно-смысловой регуляции социального взаимодействия.

Важной и актуальной научной проблемой является уточнение представлений о социальном взаимодействии. В то время как «взаимодействие» является центральной категорией социальной психологии (Журавлев и др., 2002; Журавлев, Соснин, Красников, 2008), на сегодняшний день психологические аспекты социального взаимодействия в различных сферах совместной жизнедеятельности эмпирически исследованы фрагментарно. Наши исследования основываются прежде всего на работах, выполненных в Институте психологии РАН, и в частности проводившихся в лаборатории социальной и экономической психологии. Это в первую очередь исследования взаимодействия в сфере совместной трудовой деятельности (Совместная деятельность ... , 1988; Журавлев, 2005; Грачев, 2008; и др.), управленческого взаимодействия (Ломов, Журавлев, 1978; Журавлев, 2004; 2007; и др.), взаимодействия в сфере экономических отношений (Позняков, 2002; Журавлев, Позняков, Титова, 2008; и др.), взаимодействия в спортивной среде (Толочек, 2000).

Категория взаимодействия (применительно к описанию взаимодействия индивидуальных и групповых субъектов этого взаимодействия) в последние годы приобрела статус одной из центральных, системообразующих категорий социальной психологии. Наряду с такими категориями, как общение, отношение (взаимоотношения), совместная деятельность (жизнедеятельность), личность, группа, категория взаимодействия относится к числу понятий, лежащих в основании определения предмета социальной психологии и содержания явлений, входящих в круг изучаемых этой наукой (Журавлев и др., 2002). Поэтому соотнесение содержания понятия «взаимодействие» с другими фундаментальными понятиями социальной психологии является важной научной проблемой.

ТИПОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Исходя из известных в науке определений понятия «взаимодействие» оно представляется более широким по объему, чем связанные с ним понятия «общение», «отношения» и «совместная деятельность». Более того, анализ соотношения этих поня-

тий позволяет конкретизировать понятие взаимодействия и выделить разновидности или типы тех явлений, которые могут им определяться. В качестве основы такого анализа мы предлагаем рассматривать два критерия: целевую направленность взаимодействия и его тип.

Тип взаимодействия определяется соотношением типичных стратегий поведения участников взаимодействия, основными из которых являются содействие и противодействие, лежащие в основе сотрудничества и противоборства (Журавлев, 2005). Стратегия уклонения от взаимодействия представляется нам менее существенной для основания типологии, так как ее реализация одним, а тем более двумя субъектами придает ему однонаправленный, т. е. специфический, характер либо вообще лишает взаимодействие его главного атрибута — воздействия участников друг на друга.

Направленность взаимодействия характеризуется его объектом (предметом), целями и результатом (последствиями). В качестве цели взаимодействия авторы обычно указывают на целенаправленное изменение свойств предмета совместной деятельности, выступающего объектом воздействия, либо на изменение свойств субъектов взаимодействия и отношений между ними. Именно такое основание лежит в основе разделения явлений общения и совместной деятельности. По поводу соотношения этих понятий и лежащих в их основе явлений существуют разные представления. Одни авторы непосредственно связывают общение с совместной деятельностью, рассматривая первое как подчиненный элемент последней, другие разводят эти понятия, определяя их как относительно самостоятельные виды взаимодействия. Мы склоняемся к той точке зрения, что совместная деятельность всегда предполагает взаимодействие между его субъектами, и в частности общение между ними. При этом взаимодействие носит целевой или предметно-ориентированный характер, и общение между субъектами подчинено целям этого взаимодействия и играет роль средства достижения основных целей совместной деятельности. Вместе с тем общение как особый вид взаимодействия, субъектно-ориентированного взаимодействия, может представлять собой относительно независимое от предметно-ориентированного взаимодействие, целями которого являются не изменения в предмете взаимодействия, а исключительно изменения в свойствах его субъектов и отношениях между ними. Предметы, с которыми могут оперировать здесь участники взаимодействия, играют вспомогательную роль средств, инструментов для достижения основных целей общения.

Как видим, в логике нашего анализа видов взаимодействия существенную роль играет различие его целей и средств (ресурсов), в качестве которых могут выступать объекты (предметы) или субъекты (люди). В таком случае по этим критериям можно выделять следующие виды взаимодействия: по целевой направленности — предметно-ориентированное и субъектно-ориентированное взаимодействие, по используемым средствам — предметно-ресурсное и субъектно-ресурсное взаимодействие. Сочетание возможных комбинаций этих видов взаимодействия дает нам четыре их варианта. Достоинством предлагаемой классификации видов взаимодействия является то, что она позволяет уточнить содержание понятий совместной деятельности и общения и соотношение между ними, а также конкретизировать и описать отдельные известные в социальной психологии феномены как типичные варианты этого взаимодействия.

Каждая из концепций социального взаимодействия имеет собственные взгляды на природу человека и его взаимосвязь с другими людьми и социумом в целом. С точки зрения символического интеракционизма и феноменологического подхода социальный мир образуют социальные события: мнения, суждения и оценки. Социальная

жизнь предстает как продукт интерпретаций и оценок субъектов, а социальное взаимодействие соотносится с проблемой общности восприятия и понимания мира, сходства представлений и отношений у взаимодействующих субъектов. Теория социального обмена представляет собой рационализированную модель поведения человека, детерминированного внутренними мотивами и внешними обстоятельствами. В рамках теории обмена социальное взаимодействие представляет собой обмен материальными и нематериальными ресурсами, который регулируется нормами взаимности и критериями справедливого распределения.

СОЦИАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК МАТЕРИАЛЬНЫЙ ОБМЕН И КАК ОБМЕН ПСИХОЛОГИЧЕСКИМИ ОТНОШЕНИЯМИ

Анализ теоретических подходов к рассмотрению социального взаимодействия приводит нас к выводу о том, что в социальном обмене в самом общем виде можно выделить материальный обмен и обмен психологическими отношениями. В идеале материальному обмену соответствует обмен теми или иными ресурсами, которым можно поставить в соответствие какой-либо экономической эквивалент (деньги, золото, раковины и т. п.), а обмен психологическими отношениями — это есть обмен оценками, мнениями, переживаниями, возможно, подразумевающий взаимность, но абсолютно не подразумевающий никакого эквивалента обмена, основная цель которого — установление, поддержание и укрепление связей между людьми. Это максимально идеализированное, упрощенное понимание социального обмена, но именно оно позволяет в некоторой степени формально развести деловой и личностный аспекты взаимодействия, различая материальный обмен ресурсами и обмен социально-психологическими отношениями.

При этом, поскольку, обмениваясь психологическими отношениями, люди не могут обмениваться непосредственно и прямо психическими переживаниями, в действительности это реализуется в виде обмена высказываниями, суждениями, невербальными выражениями переживаний и оценок, а также знаками внимания, в том числе и материальными, имеющими, однако, в данном случае символическое значение. Именно символический характер проявлений обмена психологическими отношениями не позволяет иногда оценить подлинность психических переживаний партнера, а способность психологических отношений материализовываться в символическом обмене открывает возможность для неоднозначной интерпретации самого обмена. Таким образом, социальный обмен следует рассматривать не только с точки зрения внешнего его проявления. Особое внимание необходимо уделять его содержанию: является ли данное взаимодействие по преимуществу обменом ресурсами или обменом психологическими отношениями, т. е. собственно психическими переживаниями, выраженными символически, что определить эмпирически крайне сложно.

В социально-психологическом подходе к исследованию взаимодействия нам представляется более правильным рассуждать с точки зрения соответствующей ориентации субъекта в социальном взаимодействии: утилитарно-практической или нормативно-ценностной, т. е. с определенной позиции субъекта по отношению к социальному обмену, независимо от внешнего его проявления (материальный это обмен или обмен отношениями). Утилитарно-практическая ориентация выражает отношение к социальному обмену с точки зрения пользы, выгоды (лат. *utilitas*), т. е. как к обмену ресурсами, которые можно использовать. При этом в качестве таких ресурсов могут рассматриваться и сами социально-психологические отношения, складывающиеся меж-

ду участниками взаимодействия. Именно в этом смысле можно рассуждать о «социально-психологическом капитале» или о «человеческих отношениях» как ресурсе повышения эффективности управления организацией. Нормативно-ценностная ориентация выражает отношение к социальному обмену как к самостоятельной индивидуальной или общественной ценности самого обмена. При этом взаимоотношения между участниками социального взаимодействия рассматриваются не в качестве ресурсов, средств для решения тех или иных прагматических задач, а в качестве самостоятельной универсальной ценности совместной жизнедеятельности. И в этом смысле можно говорить о «роскоши человеческого общения» (А. Сент-Экзюпери) и об абсолютной ценности подлинно человеческих отношений.

С позиции соотношения рационального и иррационального в поведении человека можно сформулировать наиболее общие базовые принципы, понимаемые как внутренние убеждения человека, определяющие его отношение к действительности, нормы поведения и деятельности. Так, прагматичность (полезность, выгодность) по определению является важным принципом социального взаимодействия. Однако в сфере взаимодействия с другими людьми этот наиболее очевидный принцип не является безусловно единственным. В рассуждениях всех исследователей, обращавшихся к данной проблематике, утилитарно-практической ориентации во взаимодействии, в той или иной мере, противопоставляется нормативно-ценностная ориентация. Даже в рамках экономической деятельности существенное значение во взаимодействии субъектов имеют социальные нормы и ценности. Мы полагаем, что в этом случае правомерно говорить о таком принципе взаимодействия между людьми, как нравственность, понимаемая нами как следование выработанным обществом этическим нормам. Таким образом, можно сформулировать по крайней мере два наиболее общих базовых принципа взаимодействия между людьми: прагматичность и нравственность. Причем прагматичность и нравственность рассматриваются нами как наиболее общие, базовые, надситуационные принципы взаимодействия между людьми в отличие от взаимности, равенства и эквивалентности (справедливости) как инструментальных принципов обмена.

РЕСУРСНО-ЦЕННОСТНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

С точки зрения представляемого нами ресурсно-ценностного подхода к анализу социального взаимодействия существенными характеристиками взаимодействия между его участниками (партнерами) является содержание ценностей и норм, определяющих позицию, ориентацию того или иного участника взаимодействия, которая придает этому взаимодействию конкретный и определенный смысл. Так, в случае доминирования утилитарной, прагматической ориентации одного из участников социального взаимодействия другой участник (партнер) выступает для него по преимуществу объектом воздействия, а само взаимодействие — ресурсом, используемым для достижения личных, утилитарных, прагматических целей. Такую ориентацию в социальном взаимодействии мы обозначаем как объектно-ресурсную. В случае же, когда доминирующей, преобладающей является нравственная ориентация, другой участник взаимодействия воспринимается и оценивается не как объект воздействия для достижения своих личных прагматических целей, но как равный себе субъект, имеющий свои, отличные от собственных, потребности, цели и интересы, которые следует уважать и учитывать при взаимодействии с ним. Само же взаимодействие рассматрива-

ется при этом не как один из ресурсов достижения личной выгоды, пользы от него, но как самостоятельная ценность, заключающаяся в формировании, поддержании и развитии благоприятных для обоих партнеров взаимоотношений. Такую ориентацию в социальном взаимодействии мы обозначаем как субъектно-ценностную.

Теоретически и при утилитарно-практической, и при нормативно-ценностной ориентации в центре социального взаимодействия может оказываться как предмет взаимодействия, так и сами его субъекты. Соответственно если в фокусе взаимодействия оказывается предмет взаимодействия, то личность партнера по взаимодействию отходит на второй план. Если же в фокусе обмена оказываются обменивающиеся субъекты, то уже через них рассматривается и предмет взаимодействия, т. е. личность партнера по взаимодействию имеет более существенное значение. Таким образом, в свою очередь, можно выделить предметную и субъектную ориентации в социальном взаимодействии. С точки зрения отношения субъекта к социальному взаимодействию можно говорить соответственно о предметно-ресурсной, предметно-ценностной, субъектно-ресурсной и субъектно-ценностной ориентациях субъектов в социальном взаимодействии. Таким образом, наряду с предметно-направленным и ресурсно-ориентированным, т. е. максимально обезличенным, инструментальным, деловым взаимодействием, и субъектно-направленным и ценностно-ориентированным, т. е. субъективно-насыщенным и эмоционально-окрашенным взаимодействием, мы выделяем предметно-направленное, но ценностно-ориентированное взаимодействие, при котором ориентация на решение деловых проблем, достижение практических целей сочетается с ориентацией на учет целей, интересов и ценностей партнера, и субъектно-направленное, но ресурсно-ориентированное взаимодействие, при котором субъект-субъектное взаимодействие (общение, взаимоотношения) используется как один из ресурсов для решения деловых, прагматических задач.

Предложенный нами ресурсно-ценностный подход к анализу социального взаимодействия и психологических отношений субъектов совместной жизнедеятельности вполне согласуется с другими известными теоретическими подходами, например: комплексным и системным, субъектным и субъектно-деятельностным, психосоциальным и экологическим и др., которые реализуются в крупных научно-исследовательских проектах ИП РАН (Социально-психологическая динамика ... , 1998; Методология комплексного человекознания ... , 2008; Психология адаптации ..., 2007; Субъектный подход в психологии, 2009; и др.). Он также был реализован при разработке концепции индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности (Позняков, 2002; 2012) и в серии теоретико-эмпирических исследований динамики внутригрупповых и межгрупповых отношений в трудовых коллективах в условиях изменения форм собственности (Журавлев, Позняков, 1992; Позняков, 1997; 2000), внутригрупповых и межгрупповых отношений этнических мигрантов и представителей местного населения в Германии (Ключникова, 2001; Ключникова, Позняков, 1999), социально-психологических факторов деловой активности предпринимателей (Позняков, 2001), успешности и удовлетворенности предпринимательской деятельностью (Журавлев, Позняков, Дорофеев, 1999; Позняков, Филинкова, 1998; 1999; Филинкова, 2001), партнерских и конкурентных отношений в предпринимательской среде (Вавакина, 2011; 2013; Позняков, Вавакина, 2009; 2010; 2011; Вавакина, Позняков, 2013; Позняков, Титова, 2002; 2005; Титова, 2007; Журавлев, Позняков, Титова, 2008; Журавлев, Позняков, 2012), социально-психологических факторов ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия (Позняков, Груздева,

2013; Никуло, 2013), отношения к табакокурению курящих и некурящих мужчин и женщин (Позняков, Хромова, 2010; Хромова, 2011).

Результаты этих исследований доказывают конструктивность использования ресурсно-ценностного подхода для анализа психологических отношений и социального взаимодействия в самых разных сферах совместной жизнедеятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вавакина, Т. С. (2011) Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству : дис. ... канд. психол. наук. М. 219 с.
- Вавакина, Т. С. (2013) Деловая культура, нормы и принципы делового партнерства в среде российских предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. № 4. С. 220–226.
- Вавакина, Т. С., Позняков, В. П. (2013) Трансформация форм взаимодействия экономических субъектов: ресурсно-ценностный подход // Человек, субъект, личность в современной психологии : Материалы Международной научной конференции, посвященной 80-летию А. В. Брушлинского (10–11 октября 2013 г., Москва) : в 3 т. / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М. : Изд-во Института психологии РАН. Т. 2. 502 с. С. 228–231.
- Грачев, А. А. (2008) Психологическое проектирование производственной организации. СПб. : Ин-т практической психологии. 187 с.
- Журавлев, А. Л. (2004) Психология управленческого взаимодействия (теоретические и прикладные проблемы). М. : Изд-во Института психологии РАН. 476 с.
- Журавлев, А. Л. (2005) Психология совместной деятельности. М. : Изд-во Института психологии РАН. 640 с.
- Журавлев, А. Л. (2007) Социально-психологический анализ исполнительской деятельности // Психологический журнал. Т. 28. № 1. С. 6–16.
- Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1992) Динамика межгрупповых отношений в условиях изменения форм собственности // Психологический журнал. Т. 13. № 4. С. 24–32.
- Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (2012) Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений. М. : Изд-во Института психологии РАН. 480 с.
- Журавлев, А. Л., Позняков, В. П., Дорофеев, Е. Д. (1999) Социально-психологические факторы деловой активности и успешности деятельности предпринимателей // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М. : Изд-во Института психологии РАН. 276 с. С. 44–67.
- Журавлев, А. Л. и др. (2002) Социальная психология : учеб. пособие для вузов / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков, Е. Н. Резников, С. К. Рощин, В. А. Соснин, В. А. Хашченко, Е. В. Шорохова ; отв. ред. А. Л. Журавлев. М. : Изд-во Пер Сэ. 351 с.
- Журавлев, А. Л., Позняков, В. П., Титова, О. И. (2008) Гендерные особенности конкуренции и партнерства // Наука. Культура. Общество. № 4. С. 102–115.
- Журавлев, А. Л., Соснин, В. А., Красников, М. А. (2008) Социальная психология : учеб. пособие для студентов вузов. М. : Форум ; Инфра-М. 412 с.
- Ключникова, А. В. (2001) Взаимосвязь социально-психологической адаптации переселенцев и межгруппового восприятия (на примере немцев, выехавших из стран СНГ на постоянное место жительства в Германию) : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М. 25 с.
- Ключникова, А. В., Позняков, В. П. (1999) Социально-психологические факторы адаптации переселенцев к новым социально-экономическим и этнокультурным условиям (на примере немцев, выехавших из стран СНГ в Германию) // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М. : Изд-во Института психологии РАН. 276 с. С. 203–217.
- Ломов, Б. Ф., Журавлев, А. Л. (1978) Психология и управление. М. : Знание. 64 с.
- Методология комплексного человекознания и современная психология (2008) / отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова. М. : Изд-во Института психологии РАН. 603 с.

Никуло, Е. А. (2013) Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М. 26 с.

Позняков, В. П. (1997) Групповая дифференциация в сельских общностях в условиях изменения форм собственности // Психологический журнал. Т. 18. № 5. С. 62–73.

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. : Изд-во Института психологии РАН. 240 с.

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

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. (2010) Взаимосвязь психологических отношений предпринимателей к деловому партнерству и их ценностных ориентаций // Социальная психология труда: Теория и практика : в 2 т. / отв. ред. А. А. Журавлев, А. Г. Дикая. М. : Изд-во Института психологии РАН. Т. 2. 442 с. С. 397–420.

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., Груздева, Е. А. (2013) Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия // Знание. Понимание. Умение. № 3. С. 226–234.

Позняков, В. П., Титова, О. И. (2002) Психологические отношения российских предпринимателей: гендерные особенности // Вестник РГНФ. № 3. С. 162–172.

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

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

Позняков, В. П., Филинкова, Е. Б. (1999) Динамика удовлетворенности предпринимательской деятельностью // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / отв. ред. А. А. Журавлев, Е. В. Шорохова. М. : Изд-во Института психологии РАН. 276 с. С. 110–126.

Позняков, В. П., Хромова, В. А. (2010) Социально-психологическое исследование отношения к табакокурению. М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та. 180 с.

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

Совместная деятельность: методология, теория, практика (1988) / отв. ред. А. А. Журавлев, П. Н. Шихирев, Е. В. Шорохова. М. : Наука. 232 с.

Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений (1998) / А. А. Журавлев, Е. В. Шорохова, В. Н. Хашенко, Е. Д. Дорофеев, Е. Н. Сивашенко, В. П. Позняков, Е. В. Журавлева, М. Е. Колесникова, Н. А. Журавлева, Е. В. Познякова, В. А. Сумарокова, А. Н. Лебедев, М. В. Кирюхина. М. : Изд-во Института психологии РАН. 295 с.

Субъектный подход в психологии (2009) / отв. ред. А. А. Журавлев, В. В. Знаков, З. И. Рябина, Е. А. Сергиенко. М. : Изд-во Института психологии РАН. 619 с.

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

Толочек, В. А. (2000) *Стили профессиональной деятельности*. М. : Смысл. 199 с.

Филинкова, Е. Б. (2001) *Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью : автореф. дис. ... канд. психол. наук*. М. 25 с.

Хромова, В. А. (2011) *Межгрупповые различия в отношении к табакокурению (на примере курящих и некурящих мужчин и женщин : автореф. дис. ... канд. психол. наук*. М. 26 с.

Дата поступления: 30.05.2014 г.

*THE ANALYSIS OF SOCIAL INTERACTION BETWEEN SUBJECTS OF JOINT ACTIVITY:
A RESOURCE-VALUE APPROACH*

V. P. POZNYAKOV

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

T. S. VAVAKINA

*(HIGHER SCHOOL OF PSYCHOLOGY, THE INSTITUTE OF PSYCHOLOGY
OF THE RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES)*

This paper presents a conceptual understanding of the social interaction and psychological relations between subjects of joint activity. The topicality of the problem is due to the high demand for social scientific analysis of the transformation of the forms and types of social interaction modern Russia in the fields of both business and emotional relations. Such a need is not matched by adequate development of methodological approaches to the study of various types of social interaction.

Analyzing the existing theoretical approaches to various kinds of social interaction, we have been able to single out four main types of social interaction: the object-resource, subject-resource, object-value-and subject-value interactions. We have shown that the most common basic principles of social interaction are pragmatism (utility, profit) and morality, which allowed us to formulate the basic provisions of the resource-value approach to the analysis of social interaction. We have proved that the essential feature of the interaction between business partners is the content of values and norms determining their positions and orientations which give shape and meaning to the interaction. The basic types of psychological relations during a joint activity can be classified by the criteria underpinning the emotive assessment of the object of these relations. Thus, we can speak of emotional-necessitative (emotional), rational-purpositive (business) and value-meaning (value-based) relationships. The resource-value approach is a much-promising tool for the analysis of social interaction and psychological relations between the subjects of joint economic activity.

Keywords: psychological relations, resource-value approach, social psychology, social interaction, joint economic activity.

REFERENCES

Vavakina, T. S. (2011) *Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству* [Types of Psychological Attitude of Russian Entrepreneurs to Business Partnership] : diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 219 p. (In Russ.).

Vavakina, T. S. (2013) *Delovaia kul'tura, normy i printsipy delovogo partnerstva v srede rossiiskikh predprinimatelei* [Business Culture, Norms and Principles of Business Partnership among Russian Entrepreneurs]. *Znanie. Poniimanie. Umenie*, no. 4, pp. 220–226. (In Russ.).

Vavakina, T. S. and Poznyakov, V. P. (2013) *Transformatsiia form vzaimodeistviia ekonomicheskikh sub'ektov: resursno-tsennostnyi podkhod* [Transforming the Forms of Interaction between Subjects of Economy: A Resource-value Approach]. In: *Chelovek, sub'ekt, lichnost' v sovremennoi psikhologii* [Person, Subject, and Personality in Modern Psychology] : Proceedings of International Conference Devoted to the 80th Anniversary of A. V. Brushlinsky (October 10–11, 2013, Moscow)] / ed. by A. L. Zhuravlev and E. A. Sergienko. Moscow, The Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 2. 640 p. Pp. 228–233. (In Russ.).

Grachev, A. A. (2008) *Psikhologicheskoe proektirovanie proizvodstvennoi organizatsii* [Psychological Projection of a Manufacturing Organization]. St. Petersburg, The Institute of Practical Psychology Press. 187 p. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. (2004) *Psikhologiya upravlencheskogo vzaimodeistviia (teoreticheskie i prikladnye problemy)* [Psychology of Managerial Cooperation (Theoretical and Applied Problems)]. Moscow, The Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 476 p. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. (2005) *Psikhologiya sovmestnoi deiatel'nosti* [The Psychology of Joint Activity]. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 640 p. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. (2007) Sotsial'no-psikhologicheskii analiz ispolnitel'skoi deiatel'nosti [Social-psychological Analysis of Economic Activity]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 28, no. 1, pp. 6–16. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. and Poznyakov, V. P. (1992) Dinamika mezhruppovykh otnoshenii v usloviakh izmeneniia form sobstvennosti [The Dynamics of Inter-group Relations under Conditions of Changing Forms of Ownership]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 13, no. 4, pp. 24–32. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. and Poznyakov, V. P. (2012) *Sotsial'naiia psikhologiya rossiiskogo predprinimatel'stva: Kontseptsiiia psikhologicheskikh otnoshenii* [The 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 Dorofeev, E. D. (1999) Sotsial'no-psikhologicheskie faktory delovoi aktivnosti i uspešnosti' deiatel'nosti predprinimatelei [Socio-psychological Factors of Business Activity and Entrepreneurial Success]. In: *Sotsial'no-psikhologicheskie issledovaniia rukovodstva i predprinimatel'stva* [Social-psychological Research into Leadership and Entrepreneurship] / ed. by A. L. Zhuravlev and E. V. Shorokhova. Moscow, The Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 276 p. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. et al. (2002) *Sotsial'naiia psikhologiya* [Social Psychology]: a textbook for higher education institutions / A. L. Zhuravlev, V. P. Poznyakov, E. N. Reznikov, S. K. Roshchin, V. A. Sosnin, V. A. Khashchenko and E. V. Shorokhova; ed. by A. L. Zhuravlev. Moscow, Per Se Publ. 351 p. (In Russ.).

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

Zhuravlev, A. L., Sosnin, V. A. and Krasnikov, M. A. (2008) *Sotsial'naiia psikhologiya* [Social Psychology]: a textbook for university students. Moscow, Forum Publ.; Infra-M Publ. 412 p. (In Russ.).

Kliuchnikova, L. V. (2001) *Vzaimosviaz' sotsial'no-psikhologicheskoi adaptatsii pereselentsev i mezhruppovogo vospriiatiiia (na primere nemtsev, vyekhavshikh iz stran SNG na postoiannoe mesto zhitel'stva v Germaniiu)* [The Relationship between Socio-psychological Adaptation of Immigrants and Intergroup Perception (The Case of Germans Who Left the CIS for Permanent Residence in Germany)]: abstract of diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 25 p. (In Russ.).

Kluchnikova, L. V. and Poznyakov, V. P. (1999) Sotsial'no-psikhologicheskie faktory adaptatsii pereselentsev k novym sotsial'no-ekonomicheskim i etnokul'turnym usloviyam (na primere nemtsev, vyekhavshikh iz stran SNG v Germaniiu) [Social-psychological Factors of Immigrants' Adaptation to New Socio-economic and Ethno-cultural Conditions (The Case of CIS-born Germans)]. In: *Sotsial'no-psikhologicheskie issledovaniia rukovodstva i predprinimatel'stva* [Social-psychological Research into 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. 203–217. (In Russ.).

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

Metodologiya kompleksnogo chelovekoznaniiia i sovremennaia psikhologiya [Methodology of Complex Human Science and Modern Psychology] (2008) / ed. by A. L. Zhuravlev and V. A. Koltsova. 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* [Psychosocial Factors of Entrepreneurs' Respon-

sible Attitude to the Participants of Business Interaction]: abstract of diss. ... Candidate of Psychology Moscow. Moscow. 26 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (1997) Gruppovaya differentsiatsiia v sel'skikh obshchnostiakh v usloviakh izmeneniia form sobstvennosti [Group Differentiation in the Rural Communities under Conditions of Changing Forms of Ownership]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 18, no. 5, pp. 62–73. (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 Activity in Conditions of Different Forms of Property Ownership]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 21, no. 6, pp. 38–50. (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 Activity in Conditions of Different Forms of Property 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. (2002) *Psikhologicheskie otnosheniia v usloviakh izmeneniia form sobstvennosti* [Psychological Relations under Conditions of Changes in Ownership Forms]: diss. ... Doctor of Psychology. Moscow. 346 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2012) Psikhologicheskie otnosheniia individual'nykh i gruppykh sub'ektov sovmestnoi zhiznedeiatel'nosti [Psychological Relations of Individual and Group Subjects of Joint Life Activity]. *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. (2010) Vzaimosviaz' psikhologicheskikh otnoshenii predprinimatelei k delovomu partnerstvu i ikh tsnostnykh orientatsii [Interconnection between Psychological Relations of Entrepreneurs to Business Partnership and Their Value Orientations]. In: *Sotsial'naiia psikhologiiia truda: Teoriiia i praktika* [Social Psychology of Labour: Theory and practice]: in 2 vols. / ed. by A. L. Zhuravlev and L. G. Dikaya. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 2. 443 p. Pp. 397–420. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Vavakina, T. S. (2011) Tipy psikhologicheskogo otnosheniia 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 Gruzdeva, E. A. (2013) Social'no-psikhologicheskie factory otvetstvennogo otnosheniia predprinimatelei k drugim uchastnikam delovogo vzaimodeistviia [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. (2002) Psikhologicheskie otnosheniia rossiiskikh predprinimatelei: gendernye osobennosti [Psychological Relations of Russian Entrepreneurs: Gender Differences]. *Vestnik Rossiiskogo gumanitarnogo nauchnogo fonda*, no. 3, pp. 162–172. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Titova, O. I. (2005) Konkurentnye i partnerskie otnosheniia rossiiskikh predprinimatelei: regional'nye i gendernye osobennosti [Competition and Partnership between Russian Entrepreneurs: Regional and Gender Peculiarities]. In: *Problemy ekonomicheskoi psikhologii* [Issues of Economic Psychology]: in 2 vols. / ed. by A. L. Zhuravlev and A. B. Kupreychenko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 2. 469 p. Pp. 181–204. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Filinkova, E. B. (1998) Psikhologiiia uspeshnogo predprinimatel'stva: opyt issledovaniia 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.).

Poznyakov, V. P. and Khromova, V. L. (2010) *Sotsial'no-psikhologicheskoe issledovanie otnosheniia k tabakokureniu* [A Socio-psychological Survey of Attitudes to Smoking]. Moscow, Moscow University for the Humanities Press. 180 p. (In Russ.).

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

Sovmestnaya deiatel'nost' : Metodologiya, teoriya, praktika [Joint Activity: Methodology, Theory, Practice] (1988) / ed. by A. L. Zhuravlev, P. N. Shikhirev and E. V. Shorokhova. Moscow, Nauka Publ. 232 p. (In Russ.).

Sotsial'no-psikhologicheskaya dinamika v usloviakh ekonomicheskikh izmenenii [Socio-Psychological Dynamics under Conditions of Economic Changes] (1998) / A. L. Zhuravlev, E. V. Shorozova, V. N. Khashchenko, E. D. Dorofeev, E. N. Sivashchenko, V. P. Poznyakov, E. V. Zhuravleva, M. E. Kolesnikova, N. A. Zhuravleva, E. V. Poznyakova, V. A. Sumarokova, A. N. Lebedev and M. V. Kiriukhina. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 295 p. (In Russ.).

Sub'ektnyi podkhod v psikhologii [Subjective Approach in Psychology] (2009) / ed. by A. L. Zhuravlev, V. V. Znakov, Z. I. Ryabikina and E. A. Sergienko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 619 p. (In Russ.).

Titova, O. I. (2007) *Gendernye razlichia otnoshenii rossiiskikh predprinimatelei k konkurentsii i partnerstvu* [Gender Differences in Russian Entrepreneurs' Attitudes towards Competition and Partnership] : diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 167 p. (In Russ.).

Tolochek, V. A. (2000) *Stili professional'noi deiatel'nosti* [Styles of Professional Activity]. Moscow, Smysl Publ. 199 p. (In Russ.).

Filinkova, E. B. (2001) *Sotsial'no-psikhologicheskie kharakteristiki predprinimatelei s raznym urovnem udovletvorennosti predprinimatel'skoi deiatel'nosti* [Socio-psychological Characteristics of Entrepreneurs with Different Levels of Satisfaction in Entrepreneurship] : abstract of diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 25 p. (In Russ.).

Khromova V. L. (2011) *Mezhhruppovye razlichia v otnoshenii k tabakokureniiu (na primere kuriasbchikh i nekuriasbchikh muzhchin i zhenshchin)* [Intergroup Differences in Attitude to Tobacco Smoking (The Case of Smoking and Nonsmoking Men and Women)] : abstract of diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 26 p. (In Russ.).

Submission date: 30.05.2014.

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

Вавакина Татьяна Сергеевна — кандидат психологических наук, психолог-консультант Высшей школы психологии, ассоциированный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН. Адрес: 190003, Россия, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13. Тел.: +7 (495) 683-59-30. Эл. адрес: vavakina@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 Yaroslavskaya St., Moscow, Russian Federation, 190003. Tel.: +7 (499) 374-56-11. E-mail: pozn_v@mail.ru

Vavakina Tatyana Sergeevna, Candidate of Psychology, Consulting psychologist, Higher School of Psychology; Associated fellow, Laboratory for Social and Economic Psychology, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. Postal address: 13 Yaroslavskaya St., Moscow, Russian Federation, 190003. Tel.: +7 (495) 683-59-30. E-mail: vavakina@gmail.com