

## Социально-психологические характеристики ответственного отношения предпринимателей к представителям разных социальных групп\*

Е. А. Никуло

(Институт психологии РАН)

*Исследование проблемы отношения предпринимателей к разным группам других участников делового взаимодействия, в частности к партнерам, наемным работникам, конкурентам и пр., имеет как теоретическое, так и практическое значение. В центре исследования стоят вопросы, связанные с изучением ответственности как психологического отношения к другим людям в деловом взаимодействии.*

*Центральной категорией исследования выступает ответственное отношение как отдельный вид психологических отношений. Он определяется как комплекс эмоционально окрашенных представлений и оценок, характеризующихся разной степенью 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. Было выявлено, что ответственное отношение предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия как вид психологических отношений взаимосвязано с ретроспективной оценкой содержательных составляющих делового взаимодействия, их актуальной оценкой и прогнозом его изменения в будущем.*

*Выполняя функцию социальной ориентации, ответственное отношение предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия характеризуется дифференцированным характером, сочетанием устойчивости и изменчивости в зависимости от роли, которую играют другие участники делового взаимодействия. Партнеры и заказчики занимают особое место в структуре социальных связей, ответственное отношение к ним устойчиво независимо от оценки прошлого опыта взаимодействия как негативного, а также негативной оценки актуального состояния взаимодействия.*

*Ключевые слова: российские предприниматели, социальная психология, экономическая психология, психология предпринимательства, социальное взаимодействие, психологические отношения, ответственное отношение, ответственность.*

### ВВЕДЕНИЕ

В связи с возрастающим влиянием организаций на жизнь российского общества и одновременно недостаточной сформированностью этических норм в сфере экономической активности внимание исследователей направлено на феномены, выполняющие регулятивную функцию и выступающие в качестве объяснительных принципов делового взаимодействия. Одним из таких феноменов является ответственность.

Говоря об ответственности, чаще всего подразумевают некую нормативность личности, ее внутренние предпосылки, позволяющие обеспечить оптимальное осуществление деятельности. Под объектами ответственности (то, за что нужно держать ответ) в данном случае подразумеваются составляющие процесса и результата конкрет-

---

\* Исследование проводится при поддержке РФФИ (грант № 13-36-01275, проект «Социально-психологические факторы ответственного отношения в деловом взаимодействии»).

The article was written with support from Russian Foundation for the Humanities (grant No. 13-36-01275, project title «Socio-psychological Factors of Responsible Attitude in Business Interaction»).

ного вида деятельности (Дементий, 2005; Муздыбаев, 2010; Муконина, 2002). Применительно к деловому взаимодействию сфера ответственности его участников ограничивается различными компонентами экономической активности. В данном исследовании мы рассматриваем такой контекст принятия необходимости держать ответ, при котором в качестве объекта выступают составляющие самого делового взаимодействия, качественные характеристики отношений. Именно это, на наш взгляд, позволит раскрыть сущность одной из наиболее важных сторон делового взаимодействия — когда один из участников этого процесса относится к другому ответственно.

По-прежнему актуальным остается научный интерес к исследованию отношения предпринимателей к различным социальным группам, с которыми их связывают деловые отношения, хотя конкретные исследования по этим вопросам были начаты в лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН еще во второй половине 1990-х годов (Купрейченко, 2001; Купрейченко, Журавлев, 1999). Отношения с другими людьми, наряду с социально-экономическими условиями и финансовыми возможностями, воспринимаются предпринимателями в качестве необходимого ресурса для организации эффективного бизнеса. В процессе экономической активности отношение к другим людям может определять цели, критерии результата, выбор формы деловой активности, что неизбежно оказывает влияние на формирование культуры делового взаимодействия российского предпринимательства. В свою очередь, психологические отношения изменяются, дифференцируются в зависимости от большого числа факторов, в частности от психологической дистанции между предпринимателем и представителями различных социальных категорий. Такое влияние изучалось в конце 1990-х годов с помощью специально организованного исследования А. Б. Купрейченко под научным руководством А. Л. Журавлева (Купрейченко, Журавлев, 2001). Социальная ответственность в представлениях членов больших групп общества анализируется в работе Т. П. Емельяновой (Емельянова, 2013).

В рамках настоящего исследования мы рассматриваем ответственность как вид психологического отношения, выполняющий регулирующую функцию в деловом взаимодействии предпринимателей с другими его участниками (Никуло, 2013; Позняков, Груздева, 2013).

Данное исследование продолжает традиции исследования социальной психологии российского предпринимательства, сложившиеся в Институте психологии РАН и представленные в работах А. Л. Журавлева и В. П. Познякова (Позняков, 1992; 2001; Журавлев, Позняков, 1993; 1994; 1995; Социальная психология, 2002). В рамках этого направления в последние годы наиболее интенсивно исследуются социально-психологические факторы делового взаимодействия в предпринимательской среде (Вавакина, 2011; Журавлев, Позняков, Титова, 2008; Позняков, 2013; Позняков, Вавакина, 2009; 2011; Позняков, Титова, 2002; 2005; Титова, 2007).

Методологическими основаниями исследования явились положения субъектно-деятельностного, психосоциального и системного подходов, используемые в социально-психологических исследованиях (Журавлев, 1988; 2011). Теоретическую основу нашего исследования составили положения концепции психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности (Позняков, 2000; 2002; 2012), конкретизированные применительно к исследованию психологических отношений российских предпринимателей (Позняков, 2001; 2002; Журавлев, Позняков, 2012), а также положения ресурсно-ценностного подхода к анализу делового взаимодействия (Вавакина, Позняков, 2013).

## ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ОТНОШЕНИЕ

Анализ теоретических подходов к пониманию содержания ответственности позволяет сделать вывод о том, что длительное время ответственность рассматривалась как необходимый механизм определенной склонности быть частью сообщества, низкой потребности в проявлении индивидуальности, ориентации на коллектив, понимания, что от твоего труда и умения зависит судьба общего дела и других людей. Смена социально-экономического контекста потребовала иного подхода к ответственности как на уровне личности, так и на уровне группы. Если ранее большое значение имела система взаимозависимых отношений в коллективе, то современные условия предполагают автономность участников делового взаимодействия и как результат — особые критерии принятия и реализации ответственности.

Для настоящего исследования важным этапом было рассмотрение исследований, где ответственность по отношению к другим людям рассматривается отдельно от ответственности по отношению к другим объектам. К таким работам можно отнести понимание ответственности как оказание помощи, заступничество, исследования профессиональной ответственности. В работе В. А. Бодрова и А. Г. Луценко можно встретить обращение к ответственности по отношению к другим людям как особой структурной единице (Бодров, Луценко, 1991). *Профессиональная ответственность* рассматривается авторами как свойство личности, отражающее отношение субъекта труда к его содержанию и результатам, к другим субъектам и самому себе в процессе труда. Характер этого отношения обуславливается необходимостью четкого и полного выполнения (соблюдения) профессиональных требований, а также готовностью специалиста представить отчет о полученных результатах.

Авторы выделили четыре группы качеств, характеризующих категорию ответственности, среди которых ключевое место занимает группа качеств, отражающая ответственное отношение к другим людям. Первая группа включила характеристики, отражающие отношение личности к труду (трудолюбие, добросовестность, активность и др.), коллективу (доброта, отзывчивость, требовательность, тактичность, обязательность, принципиальность и др.), к себе в процессе деятельности (самокритичность, уверенность, самоконтроль, аккуратность и др.). Вторая объединила черты характера: моральные (честность, обязательность, порядочность, справедливость и т. д.), волевые (настойчивость, решительность, находчивость и др.), эмоциональные (спокойствие, смелость, устойчивость, тревожность и др.). Третья группа представляет собой профессиональные качества (знания, навыки, опыт, умения, эрудиция). В четвертую группу вошли интегральные свойства личности и индивида (здоровье, работоспособность, интеллект и др.).

Несмотря на то что в исследованиях профессиональной ответственности наибольшую значимость в описании имеют понятия, отражающие отношение к труду и предмету труда, а также отражающие социально-этическую сферу личности (дисциплинированность, честность, добросовестность, обязательность), в числе важных всегда упоминаются специфические характеристики ответственности, отражающие отношение к другим людям. Отдельно рассматривается ответственное отношение к другим людям в работе Е. Д. Дорофеева, где предлагается ввести дополнительный вектор развития ответственности — развитие индивидуальной ответственности за все большее количество людей (Дорофеев, 1994). В структуре работ, посвященных изучению различных сторон делового взаимодействия, нередко фигурирует понимание ответствен-

ности как регулирующего принципа отношений. В исследовании И. Р. Сушкова способ распределения ответственности между группами выступает одним из факторов оценки справедливости межгруппового обмена (Сушков, 2008). Результаты его исследования демонстрируют повышение чувствительности к состоянию взаимоотношений социальных групп в ситуациях неявного неопределенного распределения ответственности. Среди требований к своей и другой группе в условиях неопределенности при распределении ответственности на первый план выходят самостоятельность, умение планировать, большая согласованность, открытость действий, искренность поступков и слов.

Именно эти эмпирические результаты легли в основу наших концептуальных представлений о содержании ответственного отношения в структуре делового взаимодействия.

Таким образом, несмотря на то что ответственность чаще всего понимается в контексте реализации человеком норм, правил, требований в различных сферах с учетом имеющихся возможностей и ограничений, важно отметить, что ответственность в отношениях с другими людьми имеет ряд особенностей по сравнению с другими ее видами. В качестве оснований ответственности в данном случае, как правило, выступают свойства личности, связанные с ориентацией на других (доброта, отзывчивость, требовательность, тактичность, обязательность, доброжелательность, участие), а в качестве детерминант — свойства других людей, особенности ситуации, виды и формы взаимодействия и условий деятельности. Специфика данного вида ответственности предполагает иное по сравнению с другими видами ответственности содержание.

Ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия определяется нами как комплекс эмоционально окрашенных представлений и оценок, характеризующихся разной степенью готовности личности держать ответ за качественные характеристики отношений в деловом взаимодействии. Принятие ответственности за качественные характеристики отношений отражается в степени выраженности «ориентации на сотрудничество», «ориентации на понимание другого участника делового взаимодействия», «ориентации на толерантное, терпимое отношение» и «ориентации на ограничение доминирования в деловом взаимодействии» (Позняков, Груздева, 2013).

Данное распределение согласуется с рядом подходов к пониманию ответственности во взаимодействии с другими людьми. Например, такие характеристики, как ориентация на других, чуткость, экстраверсия, готовность к кооперации, сотрудничеству, доброжелательность, заботливость, в одних исследованиях выступают как структурные элементы ответственности (Бодров, Луценко, 1991; Дорофеев, 1994), в других — как факторы, влияющие на ответственность (Latané, Darley, 1968; 1970; Berkowitz, 1972; Staub, 1974), или рассматриваются в качестве критерия, необходимого для развития ответственности (Пиаже, 2006). Опираясь на сформулированные концептуальные представления, мы делаем вывод о том, что ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия является отдельным видом психологических отношений.

#### *ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К РАЗЛИЧНЫМ СОЦИАЛЬНЫМ ГРУППАМ*

Особенности психологических отношений предпринимателей с представителями различных социальных групп рассматриваются исследователями в качестве существ-

венных социально-психологических факторов деловой активности предпринимателей и успешности предпринимательской деятельности (Позняков, 2001; 2002; Журавлев, Позняков, 2004; 2012; Позняков, Филинкова, 1998 и др.). Так, особенности взаимодействия предпринимателей с различными группами проанализированы в исследованиях В. П. Познякова и Е. Б. Филинковой (Позняков, 2001; Филинкова, 2001). Авторы последовательно раскрывают дифференцированный характер взаимоотношений с каждой из значимых для предпринимателя социальных групп. В отношении с клиентами предприниматели оценивают, что их дело нужно людям; нередко получают положительную обратную связь от клиентов, что рассматривается ими как один из важных факторов удовлетворенности своей деятельностью. Наибольшее значение хорошие отношения со стороны клиентов приобретают для малого бизнеса. Обнаружена прямая зависимость между оценкой частоты получения положительной обратной связи от клиентов с оценкой успешности предпринимательской деятельности. При этом наиболее часто указывают на свою «нужность» людям те предприниматели, основным мотивом у которых выступает желание принести пользу людям и которым удастся наиболее полно реализовать свои знания, умения и способности в своей деятельности.

Оценка опыта взаимодействия с партнерами позволила выявить взаимосвязь с оценкой степени риска. Чем реже предприниматель встречается с нечестностью, необязательностью со стороны партнеров, тем выше оценка благоприятности микроэкономических условий деятельности.

Взаимоотношения с сотрудниками зависят от характера отношений к ним. В рамках исследования взаимоотношений предпринимателей с представителями различных социальных групп Е. Б. Филинкова выделила две позиции предпринимателей: сотрудники как средство и сотрудники как партнеры (Филинкова, 2001). От того, какой позиции придерживается предприниматель, зависит характер отношений с сотрудниками (исключительно деловые, дружеские и деловые), оценка отношений с коллективом и оценка личных достижений предпринимателя. Предприниматели с субъектной позицией по отношению к сотрудникам чаще признают, что их дело нужно людям, демонстрируют более высокий уровень самореализации в предпринимательской деятельности и удовлетворенность ее экономическими результатами. Авторы интерпретируют данный вывод, отмечая, с одной стороны, важную роль опоры на коллектив, поддержки со стороны сотрудников в реализации целей, с другой стороны, подчеркивая различия в самих целях между двумя группами предпринимателей (Позняков, 2001; Филинкова, 2001).

В рамках нашего исследования, проводившегося в период с 2009 по 2012 г., в котором приняли участие 203 предпринимателя (владельцы малого бизнеса), было установлено, что ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия, представителям различных социальных групп определяется различными содержательными составляющими взаимодействия с ними. Во взаимодействии с наемными работниками наибольшее значение имеет оценка «сходства, общности взглядов, ценностей» (0,45), а также оценка «взаимной доброжелательности, поддержки, приязни» (0,44). Коэффициенты корреляции указаны по Спирмену, уровень значимости 0,01. Взаимосвязь данных характеристик с ответственным отношением предпринимателей согласуется с исследованиями социально-психологических характеристик взаимодействия предпринимателей с различными социальными группами (Филинкова, 2001).

Наиболее ответственно предприниматели относятся к партнерам и заказчикам. Ответственное отношение к партнерам в большей степени характеризуется «ориентацией на сотрудничество» в деловом взаимодействии, к заказчикам — ориентацией на «толерантное, терпимое отношение к участникам делового взаимодействия». Полученные результаты согласуются с данными, полученными В. П. Позняковым в рамках исследования доверия предпринимателей к представителям различных социальных групп. Предприниматели, согласно указанному исследованию, дифференцируют взаимоотношения в предпринимательской среде, а уровень доверия к партнерам выступает одним из факторов деловой активности предпринимателей. Чем выше уровень доверия к партнерам, тем более позитивно предприниматель относится к риску и конкуренции в бизнесе (Позняков, 2013).

Анализ особенностей ответственного отношения предпринимателей в зависимости от оценок прошлого опыта взаимодействия с другими его участниками выявил, что отношение к ряду социальных групп в меньшей степени связано с оценками опыта делового взаимодействия, что дает основание предполагать устойчивость данного вида отношения во взаимодействии с этими группами. Положительный опыт взаимодействия в рамках нашего исследования имеет большее значение при ответственном отношении, чем отрицательный. Во взаимодействии с некоторыми группами предприниматели готовы закрыть глаза на наличие отрицательного опыта взаимодействия, опираясь в своем отношении исключительно на положительный опыт. Негативный опыт взаимодействия, заключающийся в нарушении договоренностей, связан с изменением ответственного отношения только к представителям трех групп: члены семьи и друзья, задействованные в бизнесе предпринимателя (-0,32), сотрудники кредитных организаций (-0,53), сотрудники государственных служб (-0,50). Позитивный опыт взаимодействия взаимосвязан с повышением ответственного отношения к членам семьи, друзьям, задействованным в бизнесе предпринимателя (0,76), партнерам (0,49), наемным работникам (0,43), конкурентам и сотрудникам государственных служб (0,47). Коэффициенты корреляции — по Спирмену, уровень значимости 0,01. Подобное распределение выявленных взаимосвязей, а также дифференцированные оценки ответственного отношения к представителям разных групп позволяют сделать предположение о присутствии дополнительного фильтра при изменении уровня изучаемого явления. В поисках такового мы обратились к идее иерархии объектов ответственности. Деловое взаимодействие осуществляется предпринимателем с целью развития и поддержания собственного дела. В таком случае свой бизнес является наиболее важным объектом ответственности и, вероятно, ответственное отношение ко всем остальным объектам опосредуется им. Другими словами, ответственное отношение к различным участникам делового взаимодействия регулируется их положением относительно бизнеса (степенью и характером влияния на состояние дел) предпринимателя и выполняемыми для него функциями.

Интересно, что выделились группы, ответственное отношение к которым у предпринимателей не связано с ретроспективной оценкой делового взаимодействия, — таково ответственное отношение предпринимателей к заказчикам и клиентам. Отношение к «партнерам» и «заказчикам» в меньшей степени взаимосвязано с оценками опыта делового взаимодействия, что дает основание предполагать устойчивость данного вида отношения во взаимодействии с этими группами. Ответственное отношение к «заказчикам» в большей степени взаимосвязано с ожиданием краткосрочных перспектив делового взаимодействия (0,38). Ответственное отношение к «партне-

рам» взаимосвязано с оценкой степени взаимозависимости в деловом взаимодействии (0,48). Коэффициенты корреляции — по Спирмену, уровень значимости 0,01. Вероятно, российские предприниматели — представители малого бизнеса — на данном этапе не готовы выстраивать долгосрочные отношения с клиентами и в большей степени ориентированы на получение выгоды здесь и сейчас. Отсутствие взаимосвязей с негативным опытом взаимодействия, возможно, может указывать на готовность предпринимателей рисковать и продолжать взаимодействие с неблагонадежными клиентами.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ответственное отношение предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия как вид психологических отношений взаимосвязано с ретроспективной оценкой содержательных составляющих делового взаимодействия, их актуальной оценкой и прогнозом его изменения в будущем. Выполняя функцию социальной ориентации, ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия наделяется дифференцированным характером, сочетанием устойчивости и изменчивости в зависимости от роли, которую играют другие участники взаимодействия в деловой активности субъекта предпринимательской деятельности. Партнеры и заказчики занимают особое место в структуре социальных связей, ответственное отношение к ним устойчиво, несмотря на различные оценки делового взаимодействия, отражающие временной континуум (прошлое, настоящее, будущее), и остается неизменным независимо от оценки прошлого опыта взаимодействия как негативного, а также неудовлетворительной оценки актуального состояния взаимодействия. В завершение отметим, что полученные взаимосвязи позволяют предположить, что ответственное отношение к другим людям отражает определенную сторону ответственности, характеризующую принятие ее за складывающиеся отношения с другими участниками делового взаимодействия.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бодров, В. А., Луценко, А. Г. (1991) Профессиональная ответственность как психологическая категория субъекта деятельности // Психологические исследования проблемы формирования личности профессионала. М. : Ин-т психологии АН СССР. 234 с. С. 157–167.

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

Вавакина, Т. С., Позняков В. П. (2013) Трансформация форм взаимодействия экономических субъектов: ресурсно-ценностный подход // Человек, субъект, личность в современной психологии : материалы Междунар. науч. конф., посвящ. 80-летию А. В. Брушлинского (10–11 октября 2013 г., Москва) : в 3 т. / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М. : Институт психологии РАН. Т. 2. 502 с. С. 228–231.

Дементий, А. И. (2005) Ответственность личности — как свойство субъекта жизнедеятельности : дис. ... д-ра психол. наук. М. 357 с.

Дорофеев, Е. Д. (1994) Внутригрупповая ответственность в условиях совместной деятельности : дис. ... канд. психол. наук. М. 152 с.

Емельянова, Т. П. (2013) Социальная ответственность в представлениях членов больших групп общества // Человек, субъект, личность в современной психологии : материалы Междунар. науч. конф., посвящ. 80-летию А. В. Брушлинского (10–11 октября 2013 г., Москва) : в 3 т. / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М. : Институт психологии РАН. Т. 2. 502 с. С. 250–253.

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., 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. (1994) Российские предприниматели в современной социальной структуре // Социологические исследования. № 5. С. 61–68.

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. (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.

Купрейченко, А. Б. (2001) Отношение личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у предпринимателей и менеджеров) : дис. ... канд. психол. наук. М. 185 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.

Муздыбаев, К. (2010) Психология ответственности / под ред. В. Е. Семенова. 2-е изд., доп. М. : Книжный дом «Либроком». 248 с.

Муконина, М. В. (2002) Типы профессионально ответственного отношения работников опасного производства в разных организационно-экономических условиях : дис. ... канд. психол. наук. М. 185 с.

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

Пиаже, Ж. (2006) Моральное суждение у ребенка. М. : Академический проект. 480 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. (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. (2013) Динамика доверия российских предпринимателей к различным организациям // Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / отв. ред. А. Б. Купрейченко, И. В. Мерсиянова. М. : Изд. дом НИУ ВШЭ. 564 с. С. 305–332.

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., 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. 162–173.

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. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. М. : Институт 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.

Социальная психология (2002) : учеб. пособие для вузов / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков, Е. Н. Резников, С. К. Роцин, В. А. Соснин, В. А. Хащенко ; отв. ред. А. Л. Журавлев. М. : Пер Сэ. 351 с.

Сушков, И. Р. (2008) Психологические отношения человека в социальной системе. М. : Институт психологии РАН. 412 с.

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

Филинкова, Е. Б. (2001) Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью : дис. ... канд. психол. наук. М. 166 с.

Berkowitz, L. (1972) Social Norms, Feelings, and Other Factors Affecting Helping Behavior and Altruism // Advances in Experimental Social Psychology / ed. by L. Berkowitz. N. Y. ; L. : Academic Press. Vol. 6. 310 p. P. 63–108.

Latané, B., Darley, J. M. (1968) Group Inhibition of Bystander Intervention in Emergencies // Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 10. No. 3. P. 215–221.

Latané, B., Darley, J. M. (1970) The Unresponsive Bystander: Why Doesn't He Help? N. Y. : Appleton-Century-Crofts. 131 p.

Staub, E. (1974) Helping a Distressed Person: Social, Personality, and Stimulus Determinants // Advances in Experimental Social Psychology / ed. by L. Berkowitz. N. Y. ; L. : Academic Press. Vol. 7. 354 p. P. 293–341.

*Дата поступления: 30.05.2014 г.*

*SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURS' RESPONSIBLE  
ATTITUDE TO REPRESENTATIVES OF VARIOUS SOCIAL GROUPS*

*E. A. NIKULO*

*(THE INSTITUTE OF PSYCHOLOGY OF THE RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES)*

Studying the problem of entrepreneurs' attitude to various groups of other participants of business cooperation (in particular, to their partners, employees and competitors) has both theoretical and practical importance. This article focuses on the issues of responsibility as a psychological attitude to other people in business interaction.

Responsible attitude as a distinct type of psychological relations is the central category of this article. We define it as a set of emotive views and assessments with varying levels of preparedness to stand accountable for the qualitative characteristics of the relations in business interaction. Accepting responsibility is reflected in the degree of focus on cooperation, on understanding the other party, on tolerant attitude, and on downplaying domination in business interaction.

In 2009–2012, a study of responsible attitude of entrepreneurs to the participants of business interaction covered 203 entrepreneurs. The survey revealed that responsible attitude as a type of psycho-

logical relations is interconnected with a retrospective assessment of the substantive components of business cooperation, with its topical assessment and forecast of future change.

Performing the function of social orientation, entrepreneurs' responsible attitude to other participants of business interaction is differentiated and provides a combination of stability and variability depending on the role played by others. Partners and customers have a special place in the structure of social relations. Responsible attitude towards them is stable and consistent, regardless of the negative assessment of past experiences or the present state of interaction.

Keywords: Russian entrepreneurs, social psychology, economic psychology, psychology of entrepreneurship, social interaction, psychological attitudes, responsible attitude, responsibility.

#### REFERENCES

Bodrov, V. A. and Lutsenko, A. G. (1991) Professional'naiia otvetstvennost' kak psikhologicheskaiia kategoriia sub'ekta deiatel'nosti [Professional Responsibility as a Psychological Category of the Subject of an Activity]. In: *Psikhologicheskie issledovaniia i problemy formirovaniia lichnosti professionala* [Psychological Studies of the Problem of Professional's Personality Development]. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 234 p. Pp. 157–167. (In Russ.).

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

Vavakina, T. S. and Poznyakov V. P. (2013) Transformatsiia form vzaimodeistviia ekonomicheskikh sub'ektov: resursno-tsennostnyi podkhod [Transformation of Forms of Interaction between Economic Subjects: The Resource Value Approach]. In: *Chelovek, sub'ekt, lichnost' v sovremennoi psikhologii* [Human Being, Subject, Personality in Modern Psychology]: Proceedings of the International conference devoted to the 80th anniversary of A. V. Brushlinsky. October 10–11, 2013, Moscow: in 3 vols. / ed. by A. L. Zhuravlev and E. A. Sergienko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 2. 502 p. Pp. 228–231. (In Russ.).

Dementiy, L. I. (2005) *Otvetstvennost' lichnosti — kak svoitvo sub'ekta zbiznedeiatel'nosti* [Person's Responsibility as a Feature of the Subject of Vital Activity]: diss. ... Doctor of Psychology. Moscow. 357 p. (In Russ.).

Dorofeev, E. D. (1994) *Vnutrigruppovaia otvetstvennost' v usloviakh sovместnoi deiatel'nosti* [Intra-group Responsibility in Conditions of Joint Activities]: diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 152 p. (In Russ.).

Emelyanova, T. P. (2013) Sotsial'naia otvetstvennost' v predstavleniiakh chlenov bol'shikh grupp obshchestva [Social Responsibility as Viewed by Members of Large Social Groups]. In: *Chelovek, sub'ekt, lichnost' v sovremennoi psikhologii* [Human Being, Subject, Personality in Modern Psychology]: Proceedings of the International conference devoted to the 80th anniversary of A. V. Brushlinsky. October 10–11, 2013, Moscow: in 3 vols. / ed. by A. L. Zhuravlev and E. A. Sergienko. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 2. 502 p. Pp. 250–253. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. (1988) Rol' sistemnogo podkhoda v issledovanii psikhologii trudovogo kollektiva [The Role of the Systemic Approach in the Studies of the Psychology of Work Collective]. *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, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 560 p. (In Russ.).

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

Zhuravlev, A. L. and Poznyakov, V. P. (1994) Rossiiskie predprinimateli v sovremennoi sotsial'noi strukture [Russian Entrepreneurs in the Modern Social Structure]. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 5, pp. 61–68. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. and Poznyakov, V. P. (1995) *Delovaiia aktivnost' predprinimatelei: metody otsenki i vozdeistviia* [Business Activity 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. (2012) *Sotsial'naia psikhologiiia rossiiskogo predprinimatel'stva: Kontseptsiiia psikhologicheskikh otnoshenii* [The Social Psychology of Russian Entrepreneurship: The Concept of Psychological Attitudes]. 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 konkurentssii i partnerstva* [Gender Peculiarities of Competition and Partnership]. *Nauka. Kul'tura. Obschestvo*, no. 4, pp. 102–115. (In Russ.).

Kupreychenko, A. B. (2001) *Otnoshenie lichnosti k sobliudeniiu nraivstvennykh norm v zavisimosti ot psikhologicheskoi distantsii (u predprinimatelei i menedzherov)* [The Individual's Attitude to Complying with Moral Norms Depending on Psychological Distance (The Case of Entrepreneurs and Managers)]: diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 185 p. (In Russ.).

Kupreychenko, A. B. and Zhuravlev, A. L. (1999) *Otnoshenie sovremennykh rossiiskikh predprinimatelei k moral'no-eticheskim normam delovogo povedeniia* [The Attitude of Contemporary Russian Entrepreneurs to Moral and Ethical Norms of Business Behaviour]. In: *Sotsial'no-psikhologicheskie issledovaniia rukovodstva i predprinimatel'stva* [Socio-psychological Research on 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 Personality and Representatives of Various Social Categories]. In: *Psikhologiiia sovместnoii zbiznedeiatel'nosti malyykh grupp i organizatsii* [Psychology of Joint Activity of Small Groups and Organizations] / ed. by A. L. Zhuravlev and E. V. Shorokhova. Sotsium Publ. ; Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 288 p. Pp. 36–59. (In Russ.).

Muzdybaev, K. (2010) *Psikhologiiia otvetstvennosti* [Psychology of Responsibility] / ed. by V. E. Semenov. 2nd edn., enlarged. Moscow, Book House "Librokom". 248 p. (In Russ.).

Mukonina, M. V. (2002) *Tipy professional'no otvetstvennogo otnosheniia rabotnikov opasnogo proizvodstva v raznykh organizatsionno-ekonomicheskikh usloviakh* [Types of Professionally Responsible Attitudes of Workers of Hazardous Production Facilities under various Organizational and Economic Conditions]: diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 185 p. (In Russ.).

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

Piaget, J. (2006) *Moral'noe suzhdenie u rebenka* [The Moral Judgment of the Child]. Moscow, Akademicheskii proekt Publ. 480 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (1992) *Novaia sotsial'naia gruppy: priznaki, motivy deistvii, trudnosti stanovleniia* [A New Social Group: Characteristics, Motives of Action, Difficulties of Development]. *Chelovek i trud*, no. 4–5, pp. 14–17. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2000) *Psikhologicheskie otnosheniia i delovaiia aktivnost' sub'ektivov ekonomicheskoi deiatel'nosti v usloviakh raznykh form sobstvennosti* [Psychological Attitudes 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 delovaiia 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 gruppovykh 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. (2013) Dinamika doveriia rossiiskikh predprinimatelei k razlichnym organizatsiiam [Dynamics of Russian Entrepreneurs' Trust in Different Organizations]. In: *Doverie i nedoverie v usloviakh razvitiia grazhdanskogo obshchestva* [Trust and Distrust under Conditions of the Civil Society's Development] / ed. by A. B. Kupreychenko and I. V. Mersiyanova. Moscow, Publishing House of Higher School of Economics — National Research University. 564 p. Pp. 305–332. (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 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 between Russian Entrepreneurs: The Gender Features]. *Vestnik RGNF*, no. 3, pp. 162–173. (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* [Problems 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. 644 p. Pp. 181–204. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Filinkova, E. B. (1998) Psikhologiya uspehnogo 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.).

*Sotsial'naiia psikhologiya* [Social Psychology] (2002) : 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.).

Sushkov, I. R. (2008) *Psikhologicheskie otnosheniia cheloveka v sotsial'noi sisteme* [Psychological Relations of the Person in Social System]. Moscow, Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 412 p. (In Russ.).

Titova, O. I. (2007) *Gendernye razlichiiia 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.).

Filinkova, E. B. (2001) *Sotsial'no-psikhologicheskie kharakteristiki predprinimatelei s raznym urovnem udovletvorennosti predprinimatel'skoi deiatel'nost'iu* [Socio-psychological Characteristics of Entrepreneurs with Different Levels of Satisfaction in Entrepreneurship] : diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 166 p. (In Russ.).

Berkowitz, L. (1972) Social Norms, Feelings, and Other Factors Affecting Helping Behavior and Altruism. In: *Advances in Experimental Social Psychology* / ed. by L. Berkowitz. New York ; London : Academic Press. Vol. 6. 310 p. Pp. 63–108.

Latané, B., Darley, J. M. (1968) Group Inhibition of Bystander Intervention in Emergencies. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 10, no. 3, pp. 215–221.

Latané, B., Darley, J. M. (1970) *The Unresponsive Bystander: Why Doesn't He Help?* New York, Appleton-Century-Crofts. 131 p.

Staub, E. (1974) Helping a Distressed Person: Social, Personality and Stimulus Determinants. In: *Advances in Experimental Social Psychology* / ed. by L. Berkowitz. New York ; London : Academic Press. Vol. 7. vii, 354 p. Pp. 293–341.

*Submission date: 30.05.2014.*

Никуло Екатерина Александровна — кандидат психологических наук, 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. Эл. адрес: e.gruzdeva@gmail.com

Nikulo Ekaterina Aleksandrovna, Candidate of Psychology, 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