

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ОТНОШЕНИЙ

ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫЕ ФАКТОРЫ САМООПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ИХ ОТНОШЕНИИ К ДЕЛОВОМУ ПАРТНЕРСТВУ*

©2020 г. В.П. Позняков*, Т.С. Вавакина**

*Доктор психологических наук, профессор, главный научный сотрудник, лаборатория истории психологии и исторической психологии, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт психологии РАН; 129366, г. Москва, ул. Ярославская, дом 13, корп.1; e-mail: pozn_v@mail.ru

**Кандидат психологических наук, ассоциированный научный сотрудник, лаборатория социальной и экономической психологии, там же; e-mail: vavakina@gmail.com

DOI: 10.38098/ipran.sep.2020.19.3.003

Поступила в редакцию 24 марта 2020 г.

Аннотация. Представлены результаты теоретико-эмпирического исследования *ценностно-смысловых факторов самоопределения* предпринимателей в их отношении к деловому партнерству. В качестве содержания ценностно-смысловой сферы рассматривались смысложизненные и ценностные ориентации личности. Психологические отношения предпринимателей к базовым принципам делового взаимодействия - прагматичности и нравственности, а также оценки процесса и результата делового взаимодействия рассматривались как характеристики их *самоопределения*. Выявлена взаимосвязь важности прагматичности и нравственности как принципов делового партнерства со смысложизненными и ценностными ориентациями личности. Ориентация предпринимателей на *прагматичность* связана с двумя показателями смысложизненных ориентаций - «Цели в жизни», характеризующим целеустремленность, наличие целей в будущем, и «Локус контроля-Я (Я-хозяин жизни)», характеризующим представление о себе как о сильной личности, обладающей достаточной свободой выбора, чтобы контролировать события собственной жизни. Ориентация предпринимателей на *нравственность* взаимосвязана с таким показателем смысложизненных ориентаций, как «Процесс жизни или интерес и эмоциональная насыщенность жизни», который отражает удовлетворенность своей жизнью в настоящем, восприятие ее процесса как интересного, эмоционально насыщенного и наполненного смыслом. Высокая значимость общечеловеческих гуманных ценностей совместной жизнедеятельности (семьи, любви, доброты) оказалась положительно связана с эмоциональной удовлетворенностью деловым партнерством, в то время как высокая значимость индивидуалистических, прагматических (материальной обеспеченности и богатства) - отрицательно. Результаты исследования подтверждают релевантность рассмотрения смысложизненных и ценностных ориентаций личности в качестве факторов и основания самоопределения предпринимателей в деловом взаимодействии.

Ключевые слова: самоопределение, российские предприниматели, деловое партнерство, принципы и нормы социального взаимодействия, ценностные и смысложизненные ориентации личности.

* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант № 19-013-00230.

В статье продолжается изложение результатов серии исследований социально-психологических факторов *экономического самоопределения российских предпринимателей* (Позняков, 2019; Позняков, Позняков, 2019). В своей работе мы руководствовались теоретическими представлениями об экономическом самоопределении, разработанными и представленными в публикациях А.Л. Журавлева и А.Б. Купрейченко (Журавлев, Купрейченко, 2007 и др.). Рассматривая различные виды и типы самоопределения, они приходят к выводу, что точнее говорить об одном и том же виде самоопределения - личностном на разных стадиях развития личности и в разных сферах жизнедеятельности. В свою очередь, такое самоопределение раскрывается авторами как *поиск субъектом своего способа жизнедеятельности* на основе воспринимаемых, принимаемых и формируемых им во временной перспективе базовых отношений к миру, другим людям, человеческому сообществу в целом и самому себе, а также с опорой на собственную систему жизненных смыслов и принципов, ценностей и идеалов, возможностей и способностей, ожиданий и притязаний (Журавлев, Купрейченко, 2007). В таком случае экономическое самоопределение следует рассматривать как личностное самоопределение (или *самоопределение личности*) в экономической среде, как поиск (и его результат) человеком своей позиции в системе экономических отношений.

Важными *психологическими факторами* экономического самоопределения выступают представления человека о смысле жизни, жизненных целях и ценностях, его притязания, ожидания и намерения, а также потенциальные возможности их реализации. Проблему экономического самоопределения следует рассматривать, по нашему мнению, в контексте более общей проблемы психологических факторов и механизмов регуляции социального поведения, активно и продуктивно разрабатываемой в Институте психологии РАН, начиная с 1970-х гг. (Психологические проблемы..., 1976; Психологические механизмы..., 1979; и др.). В качестве ведущих факторов

регуляции социального поведения личности исследователи называют *социальные нормы и ценности* (Бобнева, 1978; и др.). *Внутренними психологическими факторами* регуляции социального поведения выступают ценностные ориентации, психологические отношения, социальные установки и другие диспозиционные личностные образования, которые и характеризуют личностное самоопределение субъекта, его позицию по отношению к социальным нормам и ценностям.

Теоретической основой данного исследования выступает *концепция психологических отношений* субъектов экономической деятельности (Журавлев, Позняков, 2012; Позняков, 2018 и др.), под которыми понимаются эмоционально окрашенные представления и оценки внешних условий экономической деятельности, характеристик ее самой и ее субъектов, а также представителей различных социальных групп, с которыми они связаны партнерскими и иными формами взаимодействия. Именно в *психологических отношениях* выражается внутренняя позиция субъекта в изменяющихся социально-экономических условиях. Поэтому можно говорить о том, что важной *функцией* психологических отношений является *функция самоопределения* (Позняков, 2019). Значимыми *характеристиками* экономического самоопределения предпринимателей являются их отношение к деловому взаимодействию и реальное поведение в сфере делового партнерства. Последнее, в свою очередь, определяется как социальное взаимодействие экономически самостоятельных субъектов, имеющих направленность на реализацию своих деловых интересов в рамках совместной экономической деятельности. Экономическое самоопределение предпринимателей в деловом взаимодействии проявляется в их позиции по отношению к другим участникам и выражается в отношениях к деловому взаимодействию и в реальном поведении. Поэтому эмпирические показатели психологических отношений к деловому партнерству

и оценки процесса и результата делового взаимодействия правомерно рассматривать и анализировать в эмпирическом исследовании как переменные.

Другим теоретическим основанием исследования являются положения *ресурсно-ценностного подхода* к анализу делового взаимодействия (Вавакина, Позняков, 2014, 2016 и др.). С его позиций существенными характеристиками взаимодействия его участников является содержание *принципов, ценностей и норм*, отношение к которым характеризует позицию, ориентацию партнера, которая придает этому взаимодействию определенный смысл. Все люди, которые потенциально могут являться деловыми партнерами, в процессе социализации в едином социо-культурном пространстве, с одной стороны, усваивают некоторую систему общепринятых принципов, ценностей и норм социального взаимодействия. С другой стороны, каждый человек проявляет ту или иную меру избирательности, устанавливая взаимоотношения с другими людьми - выбирая конкретного партнера и придерживаясь определенных принципов и норм взаимодействия с ним. В связи с этим возникает проблема ценностно-смысловой регуляции делового партнерства, которая заключается в поиске и выработке предпринимателем *своей позиции* в деловом взаимодействии, что и характеризует процесс и результат его самоопределения в этой сфере (см. также: Горбачева и др., 2010 и др.). *Психологические отношения* субъекта к деловому взаимодействию, его принципам и нормам являются, по нашему мнению, *потенциальным планом* самоопределения. Они характеризуют потенциальные возможности субъекта, его намерения и ожидания в сфере делового взаимодействия. *Актуальный план* самоопределения представлен показателями экономической активности субъекта, и, в частности, *процессуальными* и *результативными* характеристиками делового взаимодействия. Поэтому оценки процесса и результата делового взаимодействия характеризуют *самоопределение* субъекта.

При анализе делового партнерства нами были сформулированы наиболее общие принципы, понимаемые как внутренние убеждения человека, определяющие его отношение к деловому взаимодействию (см.: Вавакина, 2017; Позняков, Вавакина, 2016). Так, *прагматичность* является необходимым, но не единственным и, тем более, обязательным принципом экономической деятельности. Существенное значение во взаимодействии субъектов имеют, в том числе, *социальные нормы и общественные ценности*. Ресурсной (*прагматической, утилитарной*) ориентации во взаимодействии противопоставляется в той или иной мере ориентация *ценностно-нормативная*. И в этом случае правомерно говорить о *нравственности* как о принципе взаимодействия, основанном на следовании этическим нормам (см., например: Купрейченко, Журавлев, 1999 и др.), выработанным обществом. Таким образом, мы рассматриваем два базовых принципа делового взаимодействия его участников: *прагматичность* и *нравственность*.

Исходя из представленных концептуальных положений, в качестве одного из *эмпирических показателей* самоопределения предпринимателей в рамках делового взаимодействия мы исследуем *ориентацию* его участников на базовые принципы. В качестве эмпирических показателей, характеризующих *актуальный план самоопределения* предпринимателей в сфере делового партнерства (его процесс и результаты), рассматриваются следующие характеристики их отношения к деловому партнерству: оценки процесса взаимодействия с партнерами и его результата, а также эмоциональную удовлетворенность (или неудовлетворенность) процессом взаимодействия с деловыми партнерами.

В качестве *социально-психологических факторов* самоопределения предпринимателей в их отношении к деловому партнерству мы выделяем особенности *ценностно-смысловой сферы* личности, в частности, *смысложизненные* и *ценностные* ориентации. Выбор именно этих личностных свойств теоретически обоснован рассмотренными выше концептуальными

представлениями о личностном самоопределении, в качестве существенных характеристик которого исследователи выделяют опору на собственную систему жизненных смыслов и принципов, ценностей и идеалов (Журавлев, Купрейченко, 2007 и др.), и о психологических механизмах регуляции социального поведения, к числу которых исследователи также относят отношение к социальным нормам и ценностные ориентации личности и др. (Психологические проблемы..., 1976; Психологические механизмы..., 1979; и др.).

Ценностно-смысловая сфера является центральным образованием личности, определяющим направленность и содержание всей жизнедеятельности человека и его отношений с миром, в том числе социальной активности. Проблема изучения *ценностной* и *смысловой* сфер личности достаточно активно и широко исследовалась в психологии, что объясняется теоретической и практической значимостью данного вопроса, его сложностью и многоаспектностью. В отечественной и зарубежной психологии проблемы ценностно-смысловой сферы личности в теоретическом плане рассматривались в работах В.Н. Дружинина (2010), Д.А. Леонтьева (2010), А. Маслоу (2013), С.Л. Рубинштейна (1973), В. Франкла (2010), Э. Фромма (2011) и др. Результаты теоретико-эмпирических исследований ценностно-смысловой сферы личности представлены в работах А.Л. Журавлева и А.Б. Купрейченко (2003 и др.), Н.А. Журавлевой (2006, 2013 и др.), М. Рокича (1973), А.В. Серого и М.С. Яницкого (1999), С. Шварца (2008), В.Э. Чудновского (2010) и др.

Актуальность изучения *ценностно-смысловых факторов самоопределения* личности в сфере делового партнерства обусловлена отсутствием аналогичных социально-психологических исследований в рамках изучения экономических отношений и делового взаимодействия. Особенности ценностно-смысловой сферы личности как факторы экономического сознания и поведения исследовались в работах А.Л. Журавлева, А.Б. Купрейченко, Н.А. Журавлевой и др. В исследованиях Журавлева и Купрейченко была теоретически обоснована

проблема ценностно-смысловой регуляции экономического самоопределения и проведены эмпирические исследования его нравственной детерминации (Журавлев, Купрейченко, 2003, 2007; Купрейченко, 2014 и др.). Вместе с тем, применительно к сфере делового взаимодействия и, в частности, делового партнерства таких исследований до сих пор не проводилось.

МЕТОДИКА

Исходя из представленных выше концептуальных положений, была сформулирована *цель* эмпирического исследования: выявить и проанализировать взаимосвязи смысложизненных и ценностных ориентаций личности предпринимателей и психологических отношений к деловому партнерству, характеризующих их самоопределение в деловом взаимодействии.

Предметом исследования выступили *смысложизненные* и *ценностные ориентации* как факторы самоопределения личности в отношении к деловому партнерству.

В эмпирическом исследовании приняло участие 179 предпринимателей. Выборка представлена респондентами из Москвы, Центрального региона России и Сибири. Было соблюдено распределение по полу 2/3 мужчин и 1/3 женщин, что соответствует их представленности в современной предпринимательской среде. В исследовании участвовали предприниматели разных возрастных категорий, средний возраст респондентов находился в диапазоне 36-40 лет, они представляли разные сферы деятельности малого и среднего бизнеса.

Основной гипотезой, которая проверялась в данном исследовании, выступило предположение о том, что смысложизненные и ценностные ориентации личности являются факторами, определяющими ориентацию участников на базовые принципы делового взаимодействия. В качестве *дополнительной гипотезы* было сделано предположение, что *ценностные* и *смысложизненные ориентации* личности связаны с психологическими

отношениями как показателями самоопределения в деловом партнерстве (оценками его процесса и результата).

Для проверки основной и дополнительной гипотез исследования были поставлены и решены следующие задачи: выявлены и проанализированы смысложизненные и ценностные ориентации предпринимателей; выявлены и проанализированы эмпирические показатели самоопределения предпринимателей в деловом партнерстве (ориентация на базовые принципы делового взаимодействия, оценки процесса и результата делового партнерства); проанализированы взаимосвязи смысложизненных и ценностных ориентаций предпринимателей и их самоопределения в деловом партнерстве.

Статистическая обработка результатов проводилась с использованием корреляционного анализа. Взаимосвязи смысложизненных и ценностных ориентаций предпринимателей с их психологическими отношениями к деловому партнерству интерпретировались нами как подтверждение влияния характеристик ценностно-смысловой сферы личности (смысложизненных и ценностных ориентаций) на процесс и результат их самоопределения в деловом взаимодействии.

Для исследования особенностей ценностно-смысловой сферы личности, использовались стандартные методики, связанные с оценкой ее различных компонентов:

1) Методика «Ценностные ориентации личности» М. Рокича (Рокич, 2009). При обработке данных фиксировалась значимость терминальных и инструментальных ценностей (приписываемый респондентом ранг той или иной ценности).

2) Тест «Смысложизненные ориентации (СЖО)» Д.А. Леонтьева (Леонтьев, 2000). В качестве переменных эмпирического исследования выступали показатели теста смысложизненных ориентаций: субшкалы «Цели в жизни», «Локус контроля-Я (Я - хозяин жизни)», «Процесс жизни или интерес и эмоциональная насыщенность жизни».

3) Для выявления ориентаций предпринимателей на принципы и нормы социального взаимодействия и оценок процесса и результата делового партнерства использовался авторский опросник «Отношение к деловому партнерству» (Вавакина, 2011).

Опрос респондентов по опроснику «Отношение к деловому партнерству» проводился в форме стандартизированного интервью. В данном исследовании для характеристики самоопределения предпринимателей в сфере делового партнерства использовались две группы переменных. Ориентация предпринимателей на базовые принципы социального взаимодействия «прагматичность» и «нравственность» определялась через ответы на вопрос, насколько важны эти принципы в деловом партнерстве. В качестве переменных, характеризующих психологические отношения предпринимателей к деловому партнерству, рассматривались следующие характеристики: готовность проявлять активность, самому инициировать деловое партнерство, оценка легкости выстраивать успешное взаимодействие с деловыми партнерами, оценка комфортности самочувствия во взаимодействии с деловыми партнерами; оценка успешности взаимодействия с деловыми партнерами, оценка ценности вклада успешного взаимодействия с деловыми партнерами в конечный результат экономической деятельности, оценка положительных эмоций, удовольствия, получаемого от взаимодействия с деловыми партнерами, оценка отрицательных эмоций, неудовольствия, получаемого от взаимодействия с партнерами. То есть всего использовалось восемь исходных переменных, характеризующих психологические отношения респондентов к деловому партнерству.

С целью сокращения количества переменных был проведен факторный анализ данных, в результате которого было принято 4-х факторное решение, описывающее 82% общей дисперсии. В *первый фактор*, обозначенный нами как «Оценка процесса взаимодействия с партнерами» (28,83% объясняемой дисперсии) вошли переменные: готовность проявлять активность, самому инициировать

деловое партнерство (факторная нагрузка - 0,833); оценка легкости выстраивать успешное взаимодействие с деловыми партнерами (0,787); оценка комфортности самочувствия во взаимодействии с деловыми партнерами (0,704). *Второй фактор* «Оценка результата взаимодействия с партнерами» (23,41%) представлен двумя переменными: оценка вклада успешного взаимодействия с деловыми партнерами в конечный результат работы (0,851); общая оценка (в целом) успешности взаимодействия с деловыми партнерами (0,820). *Третий фактор* «Эмоциональная удовлетворенность взаимодействием» (15,12%): оценка положительных эмоций, удовольствия, получаемого от взаимодействия с деловыми партнерами (0,957). *Четвертый фактор* «Эмоциональная неудовлетворенность взаимодействием» (14,87%): оценка отрицательных эмоций, неудовольствия, получаемого от взаимодействия с партнерами (0,979).

РЕЗУЛЬТАТЫ

Для проверки основной гипотезы был проведен анализ взаимосвязей ориентаций респондентов на базовые принципы социального взаимодействия со смысложизненными и ценностными ориентациями личности. Исследование выявило значимые связи между выраженностью ориентации на принципы «прагматичность» и «нравственность» и смысложизненными ориентациями личности.

Высокий уровень ориентации на «прагматичность» оказался положительно связан с двумя показателями теста смысложизненных ориентаций: субшкалой «Цели в жизни» ($r=0,176, p \leq 0,05$) и субшкалой «Локус контроля-Я (Я - хозяин жизни)» ($r=0,145, p \leq 0,05$). Первая характеризует целеустремленность, наличие в жизни респондентов целей в будущем, придающих жизни осмысленность, направленность и временную перспективу. Вторая - представление о себе как о сильной личности, обладающей достаточной свободой выбора, чтобы построить свою жизнь в соответствии со своими целями и представлениями о ее смысле, контролировать события собственной жизни.

Полученные данные согласуются с представлениями о том, что именно этот принцип позволяет человеку достигать намеченных целей, реализовать свои планы в конкретной деятельности.

Высокий уровень ориентации на «нравственность» положительно связан с показателем теста СЖО «Процесс жизни или интерес и эмоциональная насыщенность жизни», который определяет удовлетворенность своей жизнью в настоящем, восприятие процесса своей жизни как интересного, эмоционально насыщенного и наполненного смыслом ($r=0,158$, $p \leq 0,05$). Содержание этой шкалы совпадает с представлением о том, что единственный смысл жизни состоит в том, чтобы жить. Что касается нравственности как принципа делового взаимодействия, то, как мы полагаем, это своего рода антитеза жесткой прагматике, позволяющая более чутко и гибко подходить к способам достижения собственных целей, принимая во внимание социальные нормы, общественные ценности, потребности и интересы других людей, достигая согласия, гармонии во взаимоотношениях с другими людьми. Таким образом, если прагматичность, как принцип взаимодействия, позволяет ставить и реализовывать цели в жизни, то нравственность непосредственно связана с собственно процессом жизни и удовлетворенностью этим процессом «здесь и сейчас».

Для проверки основной гипотезы нашего исследования был также проведен корреляционный анализ ориентаций на базовые принципы социального взаимодействия («нравственности» и «прагматичности») и ценностных ориентаций личности. Результаты показали, что высокий уровень ориентации на «нравственность» положительно связан с ценностями «любовь», «доброта», «честность», «жизнерадостность» и «воспитанность» (см. табл. 1). Вместе с тем, были выявлены отрицательные связи ориентации на «нравственность» и ценностей «рационализм», «независимость», «эффективность в делах» и «собственность». Первая группа выявленных взаимосвязей представляется вполне ожидаемой и логичной, поскольку речь

идет о ценностях, непосредственно связанных с общепринятыми представлениями о нравственных нормах. Вторая группа вызывает специальный интерес. Если бы эмпирические данные показали отсутствие связей между этими показателями, то их можно было бы интерпретировать как свидетельства относительной независимости нравственной и прагматической ориентаций в социальном взаимодействии. Отрицательные корреляции заставляют задуматься, не находятся ли эти ориентации в явном или неявном противоречии.

Таблица 1. Коэффициенты корреляции между ориентацией на «нравственность» и ценностными ориентациями личности (N=179).

Ценностные ориентации	Ориентация на нравственность
Любовь	$r=0,153^* p \leq 0,05$
Честность	$r=0,245^{***} p \leq 0,001$
Жизнерадостность	$r=0,143^* p \leq 0,05$
Воспитанность	$r=0,191^* p \leq 0,05$
Рационализм	$r=-0,169^* p \leq 0,05$
Независимость	$r=-0,160^* p \leq 0,05$
Собственность	$r=-0,155^* p \leq 0,05$
Эффективность в делах	$r=-0,175^* p \leq 0,05$
Доброта	$r=0,231^{**} p \leq 0,01$

Примечание: здесь и далее - корреляции должны интерпретироваться с учетом знака, указанного в таблице, ранги уже инвертированы.

Ориентация на «прагматичность» в деловом партнерстве обнаружила положительную связь с ценностными ориентациями «здоровье» и «образованность» (см. табл. 2), т.е. вполне «нейтральными» с нравственной точки зрения индивидуалистическими ценностями. Весьма интересными представляются отрицательные корреляции: чем более респонденты ориентируются на «прагматичность», тем ниже уровень значимости таких ценностей, как «воспитанность», «чуткость», «творчество» и «счастье других».

Таблица 2. Коэффициенты корреляции между ориентацией на «прагматичность» и ценностными ориентациями личности (N=179).

Ценностные ориентации	Ориентация на прагматичность
Здоровье	$r=0,178^* p\leq 0,05$
Счастье других	$r=-0,197^{**} p\leq 0,01$
Творчество	$r=-0,165^* p\leq 0,05$
Образованность	$r=0,178^* p\leq 0,05$
Воспитанность	$r=-0,132^* p\leq 0,05$
Чуткость	$r=-0,167^* p\leq 0,05$
Непримиримость к недостаткам в себе и других	$r=-0,184^{**} p\leq 0,01$

В целом, полученные данные подтверждают нашу гипотезу о том, что ценностные и смысловые ориентации личности взаимосвязаны с оценками предпринимателями важности придерживаться принципов «прагматичность» и «нравственность» в деловом партнерстве.

Ценностные и смысловые ориентации личности как факторы психологического отношения к деловому партнерству

Данные, представленные в табл. 3, показывают наличие большого числа значимых связей между переменными, характеризующими психологическое отношение к деловому партнерству, и смысловыми ориентациями. Это может свидетельствовать о том, что отношение к своему положению в социуме, к своим целям и достижениям в жизни вообще, к возможности влиять на события, которые происходят в жизни, следует рассматривать в качестве важного фактора самоопределения, позволяющего человеку реализовать свой потенциал (самореализоваться) в значимой для него деятельности. Полученные данные мы объясняем тем, что нашими респондентами являлись именно предприниматели, люди, непосредственно и активно включенные в сферу деловых экономических отношений. Именно для деловых людей комплексная интегральная оценка своей жизни в целом в наибольшей степени связана с их оценками данной сферы предпринимательской деятельности.

Таблица 3. Коэффициенты корреляции между переменными, характеризующими психологическое отношение к деловому партнерству, и смысложизненными ориентациями (N=179).

Смысложизненные ориентации (сжо)	Оценка дп		Эмоции	
	f1 процесс	f2 результат	f3 положительные	f4 отрицательные
1. Цели в жизни	0,236***	0,149*	0,160*	-
2. Процесс жизни	0,321***	0,243***	0,208**	-
3. Результат жизни	0,310***	0,154*	0,230***	-
4. Локус контроля - Я	0,237***	-	0,132*	-
5. Локус контроля - жизнь	0,270***	0,205**	0,156*	-
Осмысленность жизни (интегральная)	0,319***	0,209**	0,206**	-

Примечание: p - уровень значимости корреляции: *** $p \leq 0,001$; ** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$. Извлечение из матрицы интеркорреляций: приведены только значимые корреляции, N=177-218.

Взаимосвязи показателей психологического отношения к деловому партнерству с ценностными ориентациями личности представлены в меньшей степени (см. табл. 4). Так, отсутствуют статистически значимые связи *ценностных ориентаций личности и оценки процесса делового партнерства*. Вполне ожидаемыми оказались связи *оценки результата делового партнерства и ценностных ориентаций «честность», «образованность» и «ответственность»*. Эти ценности характеризуют как раз отношение человека к другим людям (как и ценность «семья», по которой также обнаружена положительная связь). Не удивительно, что деловые люди с более выраженной ориентацией на эти ценности более высоко оценивают вклад успешного взаимодействия с деловыми партнерами в конечный результат работы и успешность взаимодействия с деловыми партнерами в целом. Сложнее объяснить отрицательные корреляции *оценок результата делового партнерства и ценностных ориентаций «уверенность в себе», «самоконтроль», «твердая воля» и «рационализм»*. Эти ценности, в отличие от предыдущих, характеризуют отношение человека к себе

как субъекту, решающему прежде всего свои проблемы во взаимодействии с другими людьми, ориентированному на прагматичность как базовый принцип взаимодействия. По всей видимости, такая ориентация не всегда приводит к выстраиванию продуктивных партнерских отношений.

Таблица 4. Коэффициенты корреляции между оценками результата взаимодействия с партнерами и ценностными ориентациями личности (N=179).

Ценностные ориентации	Оценка результата взаимодействия с партнерами
Уверенность в себе	$r=-0,14$ $p\leq 0,05$
Семья	$r=0,154$ $p\leq 0,05$
Честность	$r=0,152$ $p\leq 0,05$
Самоконтроль	$r=-0,133$ $p\leq 0,05$
Образованность	$r=0,131$ $p\leq 0,05$
Твердая воля	$r=-0,133$ $p\leq 0,05$
Ответственность	$r=0,132$ $p\leq 0,05$
Рационализм	$r=-0,156$ $p\leq 0,05$

Особый интерес представляют обнаруженные в исследовании положительные корреляции оценок *положительных эмоций* и *удовольствия*, получаемых от взаимодействия с деловыми партнерами, и *терминальных ценностей* «любовь», «семья» и *инструментальной ценности* «доброта» (см. табл. 5). В сочетании с отрицательными корреляциями этого же показателя с ориентацией на «экономические» ценности («материальная обеспеченность» и «богатство») эти данные прямо характеризуют роль ценностных ориентаций личности как фактора отношения к деловому партнерству. Ориентация на общечеловеческие гуманные ценности совместной жизни способствует установлению более позитивных эмоциональных отношений с деловыми партнерами, а ориентация на индивидуалистические, прагматические ценности препятствует этому. Об этом же свидетельствуют отрицательные корреляции *ценностных ориентаций* «образованность», «терпимость» и «доброта» с *отрицательными эмоциями* и *неудовольствием*, получаемым от взаимодействия

с партнерами (при том, что ценностная ориентация «смелость в отстаивании взглядов» оказалась положительно связана с этим показателем).

Таблица 5. Коэффициенты корреляции между оценками эмоций, получаемых от взаимодействия с деловыми партнерами, и ценностными ориентациями личности (N=179).

Ценностные ориентации	Положительные эмоции	Отрицательные эмоции
Любовь	$r = 0,163, p < 0,05$	
Материальная обеспеченность	$r = - 0,137, p < 0,05$	
Семья	$r = 0,140, p < 0,05$	
Терпимость		$r = - 0,154, p < 0,05$
Образованность	$r = 0,220, p < 0,001$	$r = - 0,154, p < 0,05$
Богатство	$r = - 0,155, p < 0,05$	
Смелость в отстаивании взглядов		$r = 0,156, p < 0,05$
Доброта	$r = 0,187, p < 0,05$	$r = - 0,156, p < 0,05$

ВЫВОДЫ

В результате теоретико-эмпирического исследования были выявлены те стороны социального взаимодействия, которые формируют нормативный базис делового партнерства - базовые надситуационные принципы социального взаимодействия: *прагматичность* и *нравственность*, которые могут сосуществовать относительно независимо один от другого и, вероятно, призваны уравновешивать друг друга. Результаты исследования показали, что ориентация предпринимателей на базовые принципы социального взаимодействия связана со смысложизненными ориентациями личности. Ориентация предпринимателей на прагматичность связана с показателями смысложизненных ориентаций «Цели в жизни», характеризующим целеустремленность, наличие в жизни респондентов целей в будущем, придающих жизни осмысленность, направленность и временную перспективу и «Локус контроля-Я (Я - хозяин жизни)», характеризующим представление о себе как о сильной личности, обладающей достаточной свободой выбора, чтобы построить свою жизнь в

соответствии со своими целями и представлениями о ее смысле, контролировать события собственной жизни. Ориентация предпринимателей на нравственность взаимосвязана с таким показателем смысложизненных ориентаций, как «Процесс жизни или интерес и эмоциональная насыщенность жизни», который определяет удовлетворенность своей жизнью в настоящем, восприятие процесса своей жизни как интересного, эмоционально насыщенного и наполненного смыслом.

Ценностные ориентации личности также проявились в данном исследовании как факторы психологического отношения предпринимателей к деловому партнерству и оценки процесса и результатов делового взаимодействия. Высокая значимость общечеловеческих гуманных ценностей совместной жизнедеятельности (семьи, любви, доброты) оказалась положительно связана с оценками эмоциональной удовлетворенности от процесса делового партнерства, в то время, как высокая значимость индивидуалистических, прагматических ценностей (материальной обеспеченности и богатства) связана с ними отрицательно.

В целом, результаты исследования подтверждают правомерность рассмотрения смысложизненных и ценностных ориентаций личности в качестве факторов и оснований самоопределения предпринимателей в деловом взаимодействии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бобнева М.И. Социальные нормы и регуляция поведения. М.: Наука, 1978.

Вавакина Т.С. Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству: Дисс. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2011.

Вавакина Т.С., Журавлев А.Л., Позняков В.П. Ориентация на принципы и нормы социального взаимодействия как фактор психологического отношения к деловому партнерству // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 1. С. 5-15.

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

Вавакина Т.С., Позняков В.П. Психология делового партнерства: теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.

Горбачева Е.И., Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. особенности нравственно-психологических компонентов экономического самоопределения у предпринимателей и менеджеров // Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития: Десятая международная научно-практическая конференция. Иркутск, 2010. С. 114-120.

Дружинин В.Н. Варианты жизни: очерки экзистенциальной психологии. СПб.: Питер, 2010.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003.

Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.

Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006.

Журавлева Н.А. Психология социальных изменений: ценностный подход. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.

Купрейченко А.Б. Нравственная детерминация экономического самоопределения. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

Купрейченко А.Б., Журавлев А.Л. Отношение современных российских предпринимателей к морально-этическим нормам делового поведения // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 89-109.

Леонтьев Д.А. Тест смысложизненных ориентаций (СЖО). 2-е изд. М.: Смысл, 2000.

Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 3-е изд., доп. М.: Смысл, 2010.

Маслоу А. Мотивация и личность. СПб.: Питер, 2013.

Позняков В.П. Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018.

Позняков В.П. Психологические отношения как характеристики самоопределения субъектов экономической деятельности // Человеческий фактор: Социальный психолог. 2019. №1(37). С. 102-108.

Позняков В.П., Позняков П.В. Ценностные и смысложизненные ориентации предпринимателей как факторы их экономического самоопределения // Институт психологии российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т.4. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document739.pdf> №4. С. 161-180. (дата доступа 20.04.2020).

Психологические механизмы регуляции социального поведения / Отв. ред. М.И. Бобнева, Е.В. Шорохова. М.: Наука, 1979.

Психологические проблемы социальной регуляции. поведения / Отв. ред. Е.В. Шорохова, М.И. Бобнева. М.: Наука, 1976.

Рокич М. Методика "Ценностные ориентации" / Большая энциклопедия психологических тестов / Авт.-сост. А.А. Карелин. М.: Эксмо, 2009. С. 26-28.

Рубинштейн С.Л. Проблемы общей психологии. М.: Педагогика, 1973.

Серый А.В., Яницкий М.С. Ценностно-смысловая сфера личности. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 1999.

Франкл В. Человек в поисках смысла. М.: Прогресс, 1996.

Фромм Э. Иметь или быть. М.: Аст, 2007.

Чудновский В.Э. Смысл жизни: некоторые итоги и перспективы исследования // Психологический журнал. 2015. Т. 36. № 1. С. 5-19.

Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: Природа и следствия национальных различий // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2008. Т.5. № 2. С. 37-67.

Rokeach M. The nature of human values. New York: Free Press, 1973.

BIBLIOGRAFICHESKIJ SPISOK

Bobneva M.I. Social'nye normy i regulyaciya povedeniya. M.: Nauka, 1978.

Vavakina T.S. Tipy psihologicheskogo otnosheniya rossijskih predprinimatelej k delovomu partnerstvu: Diss. ... kand. psihol. nauk. M.: Institut psihologii RAN, 2011.

Vavakina T.S., Zhuravlev A.L., Poznyakov V.P. Orientaciya na principy i normy social'nogo vozaimodejstviya kak faktor psihologicheskogo otnosheniya k delovomu partnerstvu // Psihologicheskij zhurnal. 2017. T. 38. № 1. S. 5-15.

Vavakina T.S., Poznyakov V.P. Delovoe partnerstvo kak vid social'nogo vzaimodejstviya: resursno-cennostnyj podhod // Chelovecheskij faktor problemy psihologii i ergonomiki. 2014. № 2(69). S. 3-11.

Vavakina T.S., Poznyakov V.P. Psihologiya delovogo partnyorstva: teoriya i empiricheskie issledovaniya. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2016.

Gorbacheva E.I., Zhuravlev A.L., Kuprejchenko A.B. osobennosti npravstvenno-psihologicheskikh komponentov ekonomicheskogo samoopredeleniya u predprinimatelej i menedzherov // Ekonomicheskaya psihologiya: sovremennye problemy i perspektivy razvitiya: Desyataya mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya. Irkutsk, 2010. S. 114-120.

Druzhinin V.N. Varianty zhizni: ocherki ekzistencial'noj psihologii. SPb.: Piter, 2010.

Zhuravlev A.L., Kuprejchenko A.B. Npravstvenno-psihologicheskaya regulyaciya ekonomicheskoy aktivnosti. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2003.

Zhuravlev A.L., Kuprejchenko A.B. Ekonomicheskoe samoopredelenie: teoriya i empiricheskie issledovaniya. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2007.

Zhuravlev A.L., Poznyakov V.P. Social'naya psihologiya rossijskogo predprinimatel'stva: Konceptiya psihologicheskikh otnoshenij. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2012.

Zhuravleva N.A. Dinamika cennostnyh orientacij lichnosti v rossijskom obshchestve. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2006.

Zhuravleva N.A. Psihologiya social'nyh izmenenij: cennostnyj podhod. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2013.

Kuprejchenko A.B. Nravstvennaya determinaciya ekonomicheskogo samoopredeleniya. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2014.

Kuprejchenko A.B., Zhuravlev A.L. Otnoshenie sovremennyh rossijskih predprinimatelej k moral'no-eticheskim normam delovogo povedeniya // Social'no-psihologicheskie issledovaniya rukovodstva i predprinimatel'stva. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 1999. S. 89-109.

Leont'ev D.A. Test smyslozhiznennyh orientacij (SZHO). 2-e izd. M.: Smysl, 2000.

Leont'ev D.A. Psihologiya smysla: priroda, stroenie i dinamika smyslovoj real'nosti. 3-e izd., dop. M.: Smysl, 2010.

Maslou A. Motivaciya i lichnost'. SPb.: Piter, 2013.

Poznyakov V.P. Psihologicheskie otnosheniya individual'nyh i gruppovyh sub"ektov sovmestnoj ekonomicheskoy deyatel'nosti. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2018.

Poznyakov V.P. Psihologicheskie otnosheniya kak harakteristiki samoopredeleniya sub"ektov ekonomicheskoy deyatel'nosti // CHelovecheskij faktor: Social'nyj psiholog. 2019. №1(37). S. 102-108.

Poznyakov V.P., Poznyakov P.V. Cennostnye i smyslozhiznennye orientacii predprinimatelej kak faktory ih ekonomicheskogo samoopredeleniya // Institut psihologii rossijskoj akademii nauk. Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya. 2019. T.4. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document739.pdf> №4. С. 161-180. (data dostupa 20.04.2020).

Psihologicheskie mekhanizmy regulyacii social'nogo povedeniya / Otv. red.

M.I. Bobneva, E.V. Shorohova. M.: Nauka, 1979.

Psihologicheskie problemy social'noj regulyacii. povedeniya / Otv. red.

E.V. Shorohova, M.I. Bobneva. M.: Nauka, 1976.

Rokich M. Metodika "Cennostnye orientacii" / Bol'shaya enciklopediya

psihologicheskikh testov / Avt.-sost. A.A. Karelin. M.: Eksmo, 2009. S. 26-28.

Rubinshtejn S.L. Problemy obshchej psihologii. M.: Pedagogika, 1973.

Seryj A.V., Yanickij M.S. Cennostno-smyslovaya sfera lichnosti. Kemerovo:

Kemerovskij gosudarstvennyj universitet, 1999.

Frankl V. Chelovek v poiskah smysla. M.: Progress, 1996.

Fromm E. Imet' ili byt'. M.: Ast, 2007.

Chudnovskij V.E. Smysl zhizni: nekotorye itogi i perspektivy issledovaniya //

Psihologicheskij zhurnal. 2015. T. 36. № 1. S. 5-19.

Shvarc SH. Kul'turnye cennostnye orientacii: Priroda i sledstviya nacional'nyh razlichij //

Psihologiya. Zhurnal Vyshej shkoly ekonomiki. 2008. T.5. № 2. S. 37-67.

Rokeach M. The nature of human values. New York: Free Press, 1973.

**VALUE-SEMANTIC FACTORS OF SELF-DETERMINATION OF
ENTREPRENEURS IN THEIR RELATIONS TO BUSINESS
PARTNERSHIP****

V.P. Poznyakov*, T.S. Vavakina**

*Sc.D. (psychology), professor, main research officer, laboratory of history of psychology and historical psychology; Federal state-financed establishment of science Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences; 13-1, Yaroslavskaya str., Moscow, 129366; e-mail: pozn_v@mail.ru

**Ph.D. (psychology), the associated employee; the same place; e-mail: vavakina@gmail.com

Summary. The results of theoretical and empirical research of value-sense factors of self-determination of entrepreneurs in their relation to the business partnership were presented. The content of the value-sense sphere considered to be the meaning and value orientations of the individual. The psychological attitude of entrepreneurs to the basic principles of business interaction - pragmatism and morality, as well as assessment of the process and result of business interaction were considered as characteristics of their self-determination. The relationship between the importance of pragmatism and morality as principles of business partnership and the understood and value orientations of the individual has been revealed. The orientation of entrepreneurs on pragmatism connected with two indicators of understood orientations - "Goals in Life," which characterizes determination, presence of goals in the future, and "Locus of Control-I (I am the master of life)," which characterizes the perception of myself as a strong person, having sufficient freedom of choice to control the events of his own life. The orientation of entrepreneurs to morality is interrelated with such an indicator of meaning orientations as "Process of life or interest and emotional saturation of life," which reflects satisfaction with its life in the present, perception of its process as exciting, emotionally saturated and filled with meaning. The high importance of the universal humane values of joint life (family, love, kindness) was positively related to emotional satisfaction with a business partnership, while the high importance of individualistic, pragmatic (material security and wealth) was negative. The study results confirm the relevance of considering the meaning and value orientations of the individual as a factor and basis of entrepreneurs' self-determination in business interaction.

Keywords: self-determination, Russian entrepreneurs, business partnership, principles and norms of social interaction, value and life orientations of the individual.

** The research is supported by RBRF, № 19-013-00230.