

УДК 316.6

М.В. АБОРИНА

Самарская гуманитарная академия

E-mail: aborinamv@mail.ru

## **Личностные особенности и ценностно-нравственные характеристики менеджеров с различными типами взаимодействия**

В работе рассматривается деловое взаимодействие менеджеров торговых предприятий с клиентами, согласно экпсихологическому подходу. Описаны выявленные различия между типами делового взаимодействия менеджеров с клиентами и их личностными свойствами.

**Ключевые слова:** тип взаимодействия менеджеров, экпсихологический подход, нравственные характеристики, личностные ценности, доверие, жизнестойкость.

M.V. ABORINA

## **Personality Pecularity and Values and Morality Descriptions of Managers with the Different Types of Cooperation**

The business cooperating of managers of point-of-sale enterprises is in-process examined with clients, concordantly to ecological psychology approach. The exposed distinctions are described between the types of business co-operation of managers with clients and their personality properties.

**Key words:** type of cooperation of managers, ecological psychology approach, moral descriptions, personality values, trust, vitality.

Нередко исследование проблемы делового взаимодействия менеджеров ограничено контактами с коллегами в рамках одной компании. Исследование данной проблемы в отечественной психологии только начинается. В большей степени это связано с тем, что межличностное и межгрупповое взаимодействие – дискуссионная область научного анализа в отечественной социальной психологии.

Эффективность деятельности менеджеров зависит от качества взаимодействия с людьми, не являющимися членами их трудового коллектива – партнерами и клиентами. Такое успешное взаимодействие становится центральным моментом в их деятельности и предприятия в целом. Так как термин «клиенты» в настоящее время используют неоправданно широко, уточним, что для торговых предприятий в эту группу входят только те люди, которым предприятие продает какие-либо товары.

Под взаимодействием в социальной психологии понимается процесс непосредственного или опосредованного воздействия социальных объектов друг на друга, в котором взаимодействующие стороны связаны циклической причинной зависимостью. Социальное взаимодействие как вид связи

представляет интегрированность действий, функциональную координацию их следствий, т.е. систему действий, оно возникает из совместного участия объектов взаимодействия в сложной, подвижной сети социальных отношений, задавая способы реализации совместной деятельности, оказываясь основанием общественной солидарности<sup>1</sup>.

В научной литературе последних лет проблема взаимодействия рассматривалась довольно часто такими авторами, как Г.М. Андреева А. Аугустиновичюте, А.А. Бодалев, В.Н. Дружинин, А.Л. Журавлев, В.В. Знаков, А.А. Леонтьев, Д. Майерс, В.Р. Шмидт и т.д..

В настоящее время в психологической науке формируется новое направление – экологическая психология. В центре ее внимания находятся такие особенности, закономерности и механизмы психического развития, которые проявляются в условиях взаимодействия человека с окружающей средой. Разные типы ситуационного взаимодействия в системе «человек–среда (ситуация)» характеризуют разную типологию изменения психического состояния индивида<sup>2</sup>.

В данном исследовании рассматриваются виды взаимодействия в сфере торгового бизнеса; для их исследования, на наш взгляд, целесообразно использовать экпсихологию-

ческий подход<sup>3</sup>, так как анализируется процесс взаимодействия менеджеров в сфере торгового бизнеса, которая предполагает разнообразие ситуаций, определяемых клиентом (средой).

В соответствии с идеями экпсихологического подхода сознательная регуляция поведения менеджеров основана на таких характеристиках сознания, как отношение к своему физическому «Я», эмоциональный и интеллектуальный компоненты, личностные особенности и ценностно-нравственная сфера.

Главной целью настоящего исследования является изучение личностных особенностей менеджера, а именно: профессионально важные качества и ценностно-нравственная сфера как высший уровень сознательной регуляции. К профессионально важным качествам мы относим жизнестойкость<sup>4</sup>, и макиавеллизм личности.

Цель исследования – установить различия в индивидуально-психологических характеристиках менеджеров в зависимости от предпочитаемого ими типа взаимодействия. Объектом исследования являются тип делового взаимодействия менеджеров с клиентами (партнерами). Предметом исследования – различия в индивидуально-психологических характеристиках менеджеров в зависимости от предпочитаемого ими типа делового взаимодействия.

Гипотезой является то, что типы делового взаимодействия отличаются ценностно-нравственными характеристиками личности менеджера. Исследование проводилось среди менеджеров в возрасте от 22 до 50 лет (180 человек из них 76 женщин) торговых предприятий городов Самары, Тольятти, Новокуйбышевска, Саратова, Оренбурга, Ульяновска.

В работе был использован комплекс эмпирических методов исследования: наблюдение, интервью, анализ документации (контент-анализ), анкетирование, тест-опросники. В качестве диагностического инструментария были использованы: тест личностных ценностей (ТЛЦ)<sup>5</sup>, методика оценки доверия личности другим людям А.Л.Журавлева, А.Б.Купрейченко<sup>6</sup>, методика «Нравственное самоопределение личности» А.Е.Воробьевой, А.Б.Купрейченко<sup>7</sup>, методика исследования макиавеллизма личности В.В. Знакова<sup>8</sup>, тест жизнестойкости Д.А. Лентьева, Е.И. Рассказова, методика опреде-

ления типа взаимодействия<sup>9</sup>. При обработке результатов использовался пакет прикладных программ StatSoft STATISTICA 6 (U-критерий Манна-Уитни).

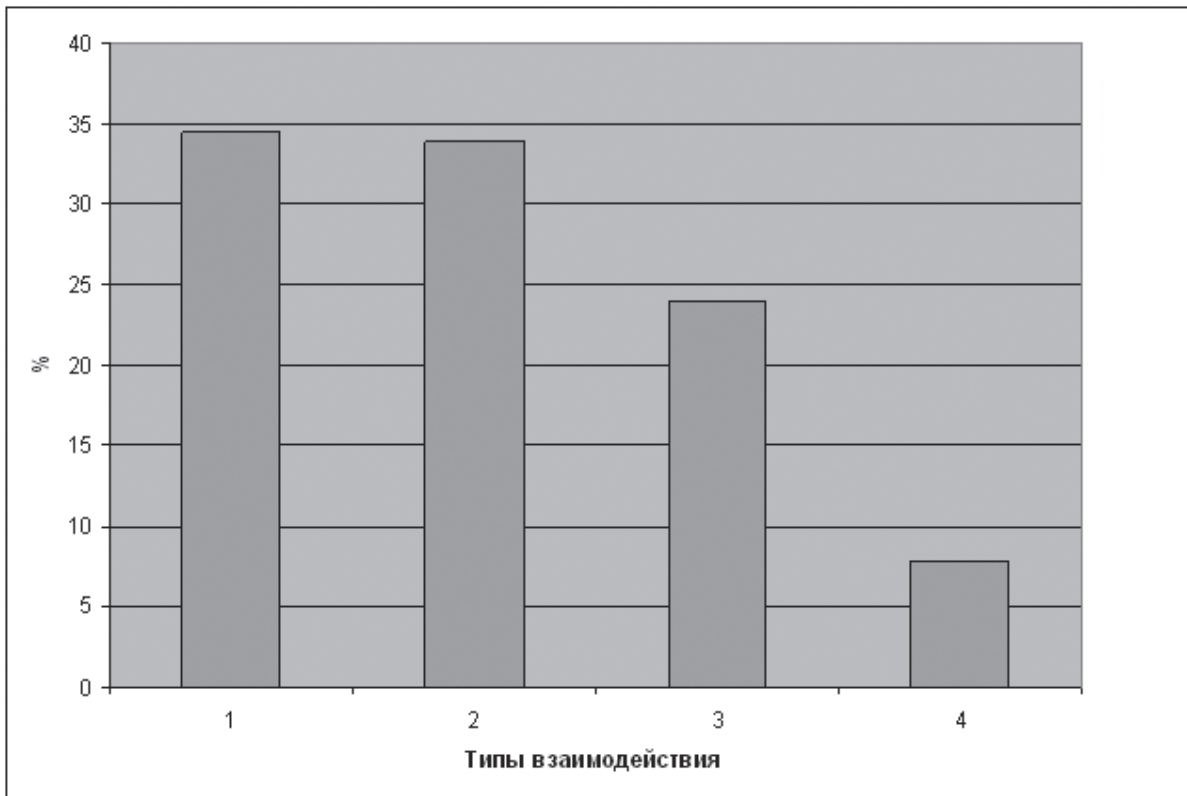
Проведенное исследование позволило выделить четыре базовых типа взаимодействия менеджеров торговых предприятий с клиентами (субъект-объектный, объект-субъектный, субъект-обособленный, субъект-совместный)<sup>10</sup>.

Наиболее предпочитаемыми типами взаимодействия менеджеров торговых предприятий являются субъект-совместный и субъект-обособленный (34,4% и 33,9%). На третьем месте субъект-объектный тип взаимодействия (23,9%), а самой малочисленной группой является объект-субъектный (7,8%) (рис. 1). Выбор субъектной позиции во взаимодействии с клиентом объясняется спецификой профессиональной деятельности менеджеров торговых предприятий, так как им часто приходится брать на себя ответственность за принимаемое решение. Выбор стратегии, типа структуры управления, делегирование полномочий подчиненному, приказ о поощрении работников, действия по ликвидации сбоев в деятельности предприятия и т.д. – все это примеры решений, принимаемых менеджерами организации. Они являются реакцией на возникающую проблему или задачу, которые менеджер не имеет права игнорировать или переложить на плечи других людей, а должен решать сам.

Женщинами чаще используется объект-субъектный тип взаимодействия по сравнению с мужчинами в профессиональной среде (рис. 2), это может быть связано со стереотипами, существующими в обществе, культурными ожиданиями, особенностями социализации (стереотипами разных половых ролей).

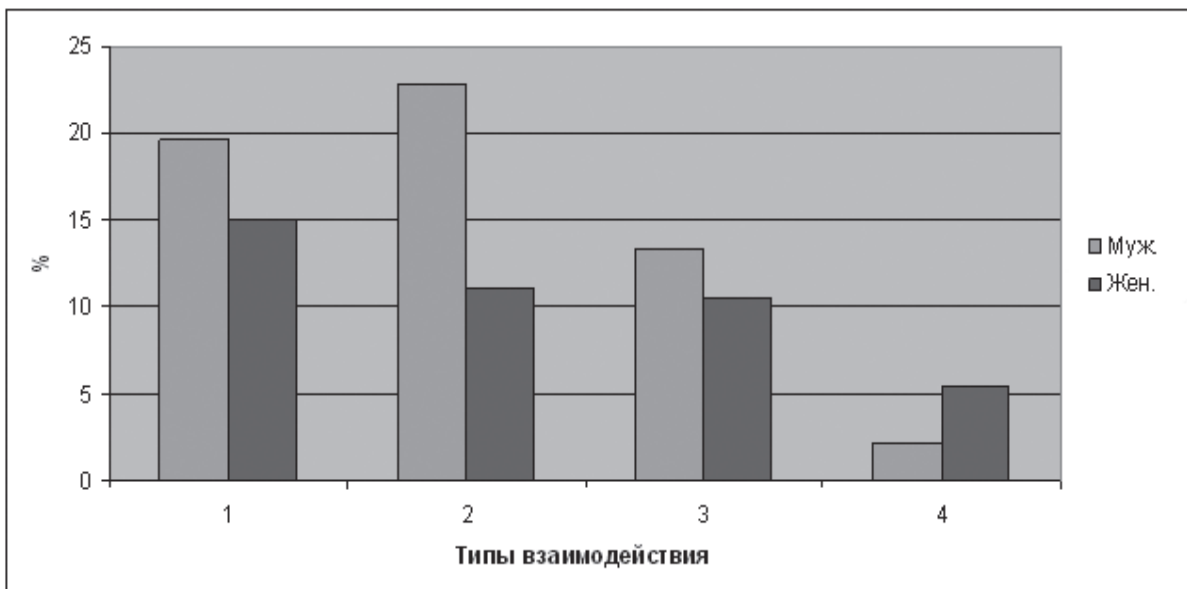
Предпочтение субъект-обособленного типа взаимодействия у мужчин может быть связано с тем, что самораскрытие является малоэффективным способом достижения поставленных целей, так как доверительные отношения могут рассматриваться как слабость или стремление к подчинению.

Исследование жизнестойкости менеджеров торговых предприятий обусловлено тем, что данная переменная играет важную роль в противостоянии личности стрессовым ситуациям и снижении работоспособности, в их профессиональной деятельности, и оказывает положительное влияние на привычные для



**Рис. 1. Типы взаимодействия менеджеров торговых предприятий с клиентами (%):**

1 – группа с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия; 2 – группа с предпочтением субъект-обособленного типа взаимодействия; 3 – группа с предпочтением субъект-объектного типа взаимодействия; 4 – группа с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия



**Рис. 2. Предпочитаемые типы взаимодействия менеджеров торговых предприятий в зависимости от пола (%):**

1 – группа с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия; 2 – группа с предпочтением субъект-обособленного типа взаимодействия; 3 – группа с предпочтением субъект-объектного типа взаимодействия; 4 – группа с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия

человека ситуации, способствует креативности и воображению. Наиболее важным качеством менеджера является устойчивость к стрессу, способность противостоять сильным отрицательным эмоциональным воздействиям, вызывающим высокую психическую напряженность, поскольку деятельность менеджера протекает в условиях значительных психологических нагрузок. Нами выявлено, что для менеджеров торговых предприятий характерны высокие показатели жизнестойкости и всех ее составляющих (вовлеченности, контроля, принятия риска).

В ходе данного исследования не выявлено у менеджеров торговых предприятий с различными типами взаимодействия значимых различий такой личностной характеристики, как макиавеллизм.

Анализ полученных в ходе исследования данных позволяет говорить об имеющихся различиях в личностных ценностях, нравственных характеристиках, например, доверии личности другим людям в группах менеджеров с различными типами взаимодействия с клиентами. Мы получили следующие результаты: выявлены значимые различия в личностных ценностях и нравственных характеристиках менеджеров в группах с предпочтением субъект-совместного и субъект-обособленного типов взаимодействия, менеджеров с предпочтением субъект-совместного и субъект-объектного

типов взаимодействия, а также различия в группах с субъектными типами взаимодействия (субъект-объектный, субъект-обособленный, субъект-совместный) с объект-субъектным.

Результаты сравнительного анализа личностных и ценностно-нравственных характеристик менеджеров в группах с предпочтением субъект-совместного и субъект-обособленного типов взаимодействия свидетельствуют, что для менеджеров первой группы характерны высокие значения ценности сохранения индивидуальности в сфере увлечения, что помогает им выразить собственную неповторимость (табл. 1).

Значимые показатели одного из компонента жизнестойкости – принятия риска – менеджерами с субъект-совместным типом взаимодействия свидетельствует о том, что они готовы действовать, даже не имея гарантий успеха, и активно усваивают знания, извлекаемые из опыта.

Кроме того, у них выявлены высокие значения эмоционального и когнитивного компонентов в обязательном проявлении нравственности в обществе и конативный, эмоциональный и когнитивный компоненты в активном проявлении нравственности в обществе.

Сравнительный анализ менеджеров субъект-совместного и субъект-объектно-

Таблица 1

**Различия индивидуально-психологических характеристик менеджеров с предпочтением субъект-совместного и субъект-обособленного типов взаимодействия ( $n_1 = 62$ ,  $n_2 = 61$ )**

Индивидуально-психологические характеристики	С-с	С-об	U	Z	p
Ценность сохранение индивидуальности в сфере увлечения	4234,5	3391,5	1500,5	1,9	0,04
Принятие риска	4245	3381	1490	2	0,04
Эмоциональный компонент в обязательном проявлении нравственности в обществе	4357,5	3268,5	1377,5	2,5	0,009
Конативный компонент в обязательном проявлении нравственности в обществе	4233,5	3392,5	1501,5	1,9	0,04
Когнитивный компонент в активном проявлении нравственности в обществе	4452,5	3173,5	1282,5	3,07	0,002
Эмоциональный компонент в активном проявлении нравственности в обществе	4348	3278	1387	2,5	0,01
Конативный компонент в активном проявлении нравственности в обществе	4298	3328	1437	2,2	0,02
Активность (итог)	4561	3065	1174	3,6	0,0002

**Примечания к таблице:**

С-с – группа с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия; С-об – группа с предпочтением субъект-обособленного типа взаимодействия;  $n_1$  – количество испытуемых в группе с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия;  $n_2$  – количество испытуемых в группе с предпочтением субъект-обособленного типа взаимодействия; U – мера сходства между двумя выборками; Z – оценка критерия U; p – уровень статистической значимости полученных коэффициентов.

го типов взаимодействия выявил различия в ценностно-нравственной сфере. Менеджеры с предпочтением субъект-объектного типа взаимодействия стремятся к более высокому уровню материального благополучия, именно материальный достаток является основанием для повышения самооценки (табл. 2). Для менеджеров первой группы высока значимость одного из компонентов доверия – предсказуемости. Для представителей данного типа важно знание человека, с которым он взаимодействует, и возможность предсказывать его поведение даже в неопределенных ситуациях.

У менеджеров с объект-субъектным типом взаимодействия выявлены значимые различия с менеджерами с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия (табл. 3). Высокий показатель креативности свидетельствует о стремлении менеджеров первой группы к реализации своих творчес-

ких возможностей и избеганию стереотипов. Для них также наиболее значимы социальные контакты, особенно в общественной сфере, важно установление благоприятных взаимоотношений с другими людьми во всех сферах деятельности и реализация социальной направленности через общественную жизнь. Гуманистическая направленность в сфере семьи для менеджеров с объект-субъектным типом взаимодействия и значимость креативности в данной сфере свидетельствует о стремлении внести разнообразие в семейную жизнь. Значимость ценности духовного удовлетворения в профессиональной сфере для менеджеров этого типа предполагает их стремление заниматься той профессиональной деятельностью, которая приносила бы моральное удовлетворение.

Противоречивость ценности физической активности у менеджеров объект-субъектного типа взаимодействия свидетельствуют о

Таблица 2

**Различия индивидуально-психологических характеристик менеджеров с предпочтением субъект-совместного и субъект-объектного типов взаимодействия ( $n_1 = 43$ ,  $n_2 = 14$ )**

Индивидуально-психологические характеристики	С-с	О-с	U	Z	p
Ценность материального благополучия	2955	2610	1002	-2,15	0,03
Предсказуемость	3663,5	1901,5	955,5	2,45	0,01

**Примечания к таблице:**

С-с – группа с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия; О-с – группа с предпочтением субъект-объектного типа взаимодействия;  $n_1$  – количество испытуемых в группе с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия;  $n_2$  – количество испытуемых в группе с предпочтением субъект-объектного типа взаимодействия; U – мера сходства между двумя выборками; Z – оценка критерия U; p – уровень статистической значимости полученных коэффициентов.

Таблица 3

**Различия индивидуально-психологических характеристик менеджеров с предпочтением субъект-совместного и объект-субъектного типов взаимодействия ( $n_1 = 62$ ,  $n_2 = 14$ )**

Индивидуально-психологические характеристики	С-с	О-с	U	Z	p
Ценность креативности	2222	704	269	-2,21	0,02
Ценность социальных контактов	2218	708	265	-2,26	0,02
Гуманистическая направленность в сфере семьи	2212	714	259	-2,34	0,01
Ценность духовного удовлетворения в профессиональной сфере	2246	680	293	-1,88	0,05
Ценность креативности в сфере семьи	2221	705	268	-2,22	0,02
Ценность социальных контактов в сфере общественной жизни	2238	687	285,5	-1,98	0,04
Показатель противоречивости в ценности физической активности	2222	703,5	269,5	-2,20	0,02

**Примечания к таблице:**

С-с – группа с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия; О-с – группа с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия;  $n_1$  – количество испытуемых в группе с предпочтением субъект-совместного типа взаимодействия;  $n_2$  – количество испытуемых в группе с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия; U – мера сходства между двумя выборками; Z – оценка критерия U; p – уровень статистической значимости полученных коэффициентов.

неискренности ответов и их социальной желательности. Эта шкала в исследовании информативна (см. табл. 3) и дает возможность для более детального анализа отличительных особенностей менеджеров данного типа взаимодействия.

Менеджеры с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия (табл. 4) имеют такие же различия с менеджерами субъект-обособленного типа, как и с субъект-совместного типа взаимодействия в ценностях: креативность, социальные контакты, духовное удовлетворение в профессиональной сфере, креативности в сфере семьи и по показателям противоречивости ценности физической активности и гуманистической направленности в сфере семьи.

Отличительной особенностью менеджеров с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия с менеджерами субъект-обособленного типа взаимодействия является более высокая значимость ценности духовного удовлетворения, т.е. первые стремятся к получению морального удовлетворения во всех сферах. С этим хорошо согласуется и гуманистическая направленность в профессиональной сфере, что свидетельствует о высокой значимости для них профессиональной деятельности и получения морального удовлетворения от своей работы.

У менеджеров с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия выявлены высокие показатели безразличия в сфере образования: они не выделяют данную ценность как особо важную, но и не относятся к ней негативно. Кроме того, для них характерны высокие показатели эмоционального и конативного компонента обязательности по методике «Нравственное самоопределение личности» А.Е. Воробьевой, А.Б. Купрейченко.

Результаты исследования позволили выявить ценностные различия менеджеров с предпочтением объект-субъектного и субъект-объектного типов взаимодействия. Отличительной особенностью является различия в ценности креативность. Кроме того, вторые обладают высокими показателями вариативности в сфере образования.

Обнаружены также значимые различия для менеджеров с объект-субъектным типом взаимодействия и менеджерами субъект-совместного и субъект-обособленного типов взаимодействия – это гуманистическая направленность в семейной сфере и показатель противоречивости ценности физическая активность.

Высокая значимость гуманистической направленности в профессиональной сфере для менеджеров с объект-субъектным типом

Таблица 4

**Различия индивидуально-психологических характеристик менеджеров с предпочтением субъект-обособленного и объект-субъектного типов взаимодействия ( $n_1 = 61$ ,  $n_2 = 14$ )**

Индивидуально- психологические характеристики	С-об	О-с	U	Z	p
Ценность духовного удовлетворения	2175,5	674,5	284,5	-1,93	0,05
Ценность креативности	2149	701	258	-2,29	0,02
Ценность социальных контактов	2148	702	257	-2,31	0,02
Гуманистическая направленность в профессиональной сфере	2139	711	248	-2,43	0,01
Гуманистическая направленность в сфере семьи	2136	714	245	-2,47	0,01
Ценность духовного удовлетворения в профессиональной сфере	2159	691	268	-2,16	0,03
Ценность креативности в сфере семьи	2149,5	700,5	258,5	-2,29	0,02
Показатель безразличия сферы образования	2468,5	381,5	276,5	2,04	0,04
Показатель противоречивости в ценности физической активности	2160	690	269	-2,14	0,03
Эмоциональный компонент в обязательном проявлении нравственности в обществе	2146	704	255	-2,33	0,01
Конативный компонент в обязательном проявлении нравственности в обществе	2158	692	267	-2,17	0,02
Обязательность соблюдения нравственных норм (итог)	2151,5	698,5	260,5	-2,26	0,02

**Примечания к таблице:**

С-об – группа с предпочтением субъект-обособленного типа взаимодействия; О-с – группа с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия;  $n_1$  – количество испытуемых в группе с предпочтением субъект-обособленного типа взаимодействия;  $n_2$  – количество испытуемых в группе с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия; U – мера сходства между двумя выборками; Z – оценка критерия U; p – уровень статистической значимости полученных коэффициентов.

взаимодействия была выявлена в сравнительном анализе с менеджерами субъект-объектного типа и с менеджерами субъект-обособленного типа взаимодействия. А значимость ценности креативности в сфере семьи характерна для всех трех типов менеджеров.

Проведенное исследование позволило определить четыре базовых типа взаимодействия менеджеров торговых предприятий с клиентами: субъект-объектный, объект-субъектный, субъект-обособленный, субъект-совместный.

Наиболее предпочитаемыми типами взаимодействия менеджеров торговых предприятий являются субъект-совместный и субъект-обособленный, затем следует субъект-объектный тип взаимодействия, а самой малочисленной группой является объект-субъектная, т.е. менеджеры торговых предприятий предпочитают субъектную позицию во взаимодействии с клиентом.

Женщинами в профессиональной среде чаще используется объект-субъектный тип взаимодействия, а мужчины отдают предпочтение субъект-обособленному.

Исследование в данной работе жизнестойкости менеджеров торговых предприятий выявило, что у них высокие показатели такой характеристики, как жизнестойкость и всех ее составляющих (вовлеченности, контроля, принятия риска).

Менеджеры с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия имеют

различия с менеджерами субъект-совместного и субъект-обособленного типов взаимодействия в ценностно-нравственной сфере.

В ходе данного исследования не выявлено у менеджеров торговых предприятий с различными типами взаимодействия значимых различий такой личностной характеристики, как макиавеллизм.

Результаты сравнительного анализа личностных и ценностно-нравственных характеристик менеджеров в группах с предпочтением субъект-совместного и субъект-обособленного типов взаимодействия свидетельствуют, что для менеджеров первой группы имеет высокое значение ценность сохранения индивидуальности в сфере увлечения, высокие показатели одного из компонента жизнестойкости – принятия риска, а также высокие значения эмоционального и когнитивного компонента в объяснительном проявлении нравственности в обществе.

Сравнительный анализ менеджеров субъект-совместного и субъект-объектного типов взаимодействия выявил различия в ценностно-нравственной сфере. Менеджеры второй группы стремятся к более высокому уровню материального благополучия, а для менеджеров первой характерна высокая значимость одного из компонентов доверия – предсказуемости.

Исходя из полученных результатов, мы можем констатировать различия в груп-

Таблица 5

**Различия индивидуально-психологических характеристик менеджеров с предпочтением субъект-объектного и объект-субъектного типов взаимодействия ( $n_1 = 43$ ,  $n_2 = 14$ )**

Индивидуально- психологические характеристики	С-о	О-с	U	Z	p
Гуманистическая направленность в профессиональной сфере	1131	522	185	-2,15	0,03
Гуманистическая направленность в сфере семьи	1140,5	512,5	194,5	-1,97	0,04
Ценность креативности в сфере образования	1139,5	513,5	193,5	-1,99	0,04
Ценность креативности в сфере семьи	1129	524	183	-2,18	0,02
Показатель противоречивости в ценности физической активности	1134	519	188	-2,09	0,03
Показатель вариативности в сфере образования	1364,5	288,5	183,5	2,17	0,02

**Примечания к таблице:**

С-о – группа с предпочтением субъект-объектного типа взаимодействия; О-с – группа с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия;  $n_1$  – количество испытуемых в группе с предпочтением субъект-объектного типа взаимодействия;  $n_2$  – количество испытуемых в группе с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия; U – мера сходства между двумя выборками; Z – оценка критерия U; p – уровень статистической значимости полученных коэффициентов.

пах с субъектными типами взаимодействия (субъект-объектный, субъект-обособленный, субъект-совместный) с объект-субъектным типом. В сравнительном анализе выявлены высокие показатели противоречивости в ценности физическая активность, т.е. неоднозначное отношение к ней, и различия по отношению к ценностям «гуманистическая направленность в сфере семьи» и «креативность в сфере семьи», что может говорить о большой важности сферы семьи для представителей объект-субъектного типа. Кроме того, у представителей этого типа выявлены значимые различия в ценностях: «креативность», «социальные контакты», «духовное удовлетворение в профессиональной сфере» с субъект-совместным и субъект-обособленным типами взаимодействия.

В исследовании выявлены различия у менеджеров с предпочтением объект-субъектного типа взаимодействия только с представителями субъект-совместного типа в ценности социальных контактов в общественной

жизни. Кроме того, есть различия у менеджеров первой группы с менеджерами с субъект-обособленным типом в ценности духовного удовлетворения, показателе безразличия в сфере образования и в эмоциональном и когнитивном компонентах в обязательном проявлении нравственности в обществе. У нее же с представителями субъект-объектного типа взаимодействия выявлены различия в ценности «креативность в сфере образования» и показателях вариативности в сфере образования и гуманистической направленности в профессиональной сфере.

Выявленные нами различия позволяют считать, что ценностно-нравственная сфера личности менеджера обладает регулятивной функцией, и следует учитывать ее особенности в создании индивидуального подхода и формировании стратегии взаимодействия с клиентом. От этого зависит успешность профессиональной деятельности менеджера и предприятия в целом, особенно в период кризисных изменений.

### Примечания

<sup>1</sup> См.: Новейший философский словарь. 3-е изд., исправл. / Под ред. А.А. Грицакова. Минск, 2003.

<sup>2</sup> См.: Панов В.И. Экологическая психология: Опыт построения методологии. М., 2004; Панов В.И. Психодидактика образовательных систем: теория и практика. СПб., 2007.

<sup>3</sup> См.: Аборина М.В. Индивидуально-психологические особенности менеджеров в зависимости от типа взаимодействия с клиентом // Вестн. Самар. гуманитарной акад. 2009. № 1 (5). С. 93–104.

<sup>4</sup> См.: Аборина М.В., Карпушина Л.В. Личностные ценности и жизнестойкость студентов медицинского вуза // Профессиональное и личностное самоопределения молодежи в период социально-экономической стабилизации России: Материалы 2-й Всерос. науч.-практ. конф. / Отв. ред. А.В. Капцов. Самара, 2008.

<sup>5</sup> См.: Карпушина Л.В., Капцов А.В. Тест личностных ценностей: Руководство по применению. Методическое пособие. Самара, 2007.

<sup>6</sup> См.: Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М., 2003.

<sup>7</sup> См.: Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. М., 2007.

<sup>8</sup> См.: Леонтьев Д.А., Рассказова Е.И. Тест жизнестойкости. М., 2006.

<sup>9</sup> См.: Аборина М.В. Индивидуально-психологические особенности менеджеров в зависимости от типа взаимодействия с клиентом // Вестн. Самар. гуманитарной акад. 2009. № 1 (5). С. 93–104.

<sup>10</sup> См.: Панов В.И. Экологическая психология: Опыт построения методологии. М., 2004.

УДК 316.6

С.К. ЛЕТЯГИНА

Институт социального образования (филиал)

Российского государственного социального университета в г. Саратове

E-mail: let72@rambler.ru

## **О некоторых социально-психологических особенностях межличностного общения студентов специальности «психология»**

В статье приводятся результаты эмпирического исследования по выявлению социально – психологических особенностей межличностного общения студентов специальности «психология». Студенты специальности «психология» в процессе межличностного общения используют, в отличие от учащихся других специальностей, более гибкие и