

В. А. Федотова

ПРОБЛЕМАТИКА «ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕ» В ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКЕ: ИХ ДИНАМИКА В РОССИИ¹

Продемонстрированы результаты исследования, цель которого – проследить динамику представлений о деловой этике у разных поколений россиян. В качестве респондентов выступали 134 человека: представители взрослого поколения (45–79 лет) и молодежи России – (19–25 лет). В качестве основного метода исследования использован метод опроса, заключающийся в заполнении респондентами специально подготовленного опросника, в котором использована методика «Этика делового взаимодействия». В работе применен факторный анализ по методу главных компонент, в результате чего получено 5 факторов: «Ориентация на личностные взаимоотношения», «Деловая стратегия», «Представление о руководителе», «Демонстрация личностных характеристик в процессе работы», «Ориентация на долгосрочную перспективу». Также установлено, что между группами молодых и взрослых респондентов имеют место значимые различия по факторам «Ориентация на личностные взаимоотношения», «Деловая стратегия», «Представление о руководителе».

Ключевые слова: представления о деловой этике, этика бизнеса, межпоколенные различия, деловая культура.

На сегодняшний день кросс-культурные проблемы становятся для россиян все более значимыми. Бизнесменам и политикам, а также представителям самых разных профессий приходится все чаще взаимодействовать с коллегами в других странах. Не только Российское государство старается наладить связи с огромным количеством международных институтов и организаций, но и российские компании сотрудничают с зарубежными компаниями, объединяются с ними, организуют совместные предприятия по всему миру. Как отмечает Р. Д. Те Джордж, уже сегодня Россия является одной из самых поликультурных стран. Она обладает огромным этническим разнообразием в пределах своих границ и опытом взаимодействия с другими государствами [1]. Российское общество в последнее время находится в стадии политических, культурных и экономических изменений, вследствие чего меняется и уклад жизни, и представления россиян о различных экономических, социальных и политических конструктах. Современная молодежь более заинтересована и открыта для новых практик и трансформаций, чем люди старшего поколения, чья система установок и ценностей была сформирована раньше. Стоит также заметить, что на данный момент были проведены единицы эмпирических исследований, направленных на изучение представлений о деловой этике в России. Кроме этого, каждый исследователь предлагал свой понятийный аппарат и методический инструментарий. Проблема также заключается в том, что отечественных разработок и учебников по вопросам представлений о деловой этике

недостаточно и они не отвечают требованиям практического характера. Следовательно, *научная новизна* состоит в том, что в данной работе впервые была предпринята попытка провести обзор имеющихся на данный момент научных подходов к исследованию деловой этики, выявить универсальное определение данного конструкта, а также проследить динамику представлений о деловой этике среди россиян. Проблема состоит в том, что деловая этика в современной науке преподносится в виде моральных норм и поучений. Много внимания уделяется этикету, а не деловой этике или этике деловых отношений в целом [2–4]. Актуальность настоящего исследования заключается в том, что стремительный темп расширения деловых контактов сопровождается столь же стремительными изменениями в деловом взаимодействии людей.

Этика изучает нравственное значение мотивов, действий и характеров. Этика деловых отношений занимается анализом взаимоотношений деловых партнеров, толкованием нравственных оценок причин успехов или неудач в деятельности, в частности управленческой и коммерческой. Понятие «деловая культура» можно определить как отношение фирмы к законности, личности, качеству выпускаемой продукции, финансам и производственным обязательствам, открытости и достоверности деловой информации. Это должно воплощаться в комплексе правил, традиций, ритуалов и символов, которые постоянно дополняются и совершенствуются. Успех работы предприятия в рыночных условиях в определяющей мере зависит от его репутации как делового партнера. Деловая культура склады-

¹ Статья подготовлена в результате проведения исследования (№15-01-0060) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета „Высшая школа экономики“ (НИУ ВШЭ)» в 2015-2016 гг. с использованием средств субсидии на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров, выделенной НИУ ВШЭ.

вается из разных политических взглядов, религиозных воззрений, национальных традиций и множества других индивидуальных особенностей как конкретной страны, так и конкретного человека. Особенности ведения бизнеса и межнациональных коммуникаций непосредственно связаны с культурой страны. Существуют методы, позволяющие предугадывать поведения представителя той или иной культуры. При прогнозировании нужно учитывать стереотипы, уровень власти, способность принятия решения, деловую этику, мотивацию, уровень культуры, ситуацию в стране, тип мышления и особенности восприятия времени.

Проблема деловой этики как фактора, который воздействует на эффективность управления, на протяжении нескольких лет привлекает внимание исследователей. Значимость этой проблемы проявляется в деятельности каждого предприятия, а также в совместном предпринимательстве. В нашей работе мы будем придерживаться мнения, что деловая этика – это общепризнанные принципы, правила и нормы, регламентирующие поведение участников делового взаимодействия, манеру общения, стиль работы, внешний вид и различающие правильное деловое поведение и неправильное. Этические нормы выражают наши представления справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей и закладываются в нас окружающей культурой.

Деловая этика в России

В истории становления русской государственности огромную роль сыграли внешнеэкономические связи, которые ускорили формирование рыночных отношений на Руси. На Руси сложилась монетарная экономика открытого типа, основой которой была, конечно, торговля. Посредством экспорта и импорта осуществлялась связь с внешним миром. Так как преобладала экспортная политика, имел место реальный приток денежного капитала, сформировалась нация, важнейшей составляющей менталитета которой было подчинение личных забот и устремлений государственным. Вообще, русские люди по природе государственники. А ослабление роли государства как организатора хозяйственной жизни, как инструмента политического объединения страны, как защитника, хранителя нравственных и культурных ценностей народа принесло беды, вплоть до потери независимости [2, 5].

Социологические исследования показывают, что нынешнее население России в большинстве своем считает себя наследниками Советского Союза и не идентифицирует свое прошлое с Российской империей. Этот исторический разрыв еще долго будет сказываться и на обычаях российского бизнеса. В советское время заниматься предпринимательством в любых его формах было, во-первых,

противозаконно, а во-вторых, в интеллектуальных кругах считалось зазорным, ниже человеческого достоинства. Отсюда и общественное представление о бизнесменах как о жаждущих наживы беспринципных рвачах [6]. Деловая культура советского периода – культура управленческая, основной характеристикой которой является отрыв управленца от какой-либо формы собственности на объект управления. В деятельности управленца на первое место выдвигался план. Важны были цифры, показатели отчетности. Наблюдалась высокая дистанция власти, иерархия фиксировалась весьма жестко и требовала беспрекословного подчинения [7]. Современную российскую деловую культуру можно охарактеризовать как культуру с высокой степенью избегания неопределенности, большой дистанцией власти и преобладанием коллективизма [7, 8].

Для молодежи характерно изменение направленности жизненных ориентаций от коллективистской составляющей к индивидуальной. Особое значение придается неформальным отношениям, имеет место другое отношение к женщине-руководителю. Исследователи выделяют некоторые характерные черты российской деловой культуры: «...полуправовое регулирование деятельности; огромное значение неформальных отношений; избирательность в деловых отношениях; использование силовых методов; отстраненность от политики; централизация управленческих функций; трудоголизм; склонность к риску; высокое значение образования как ценности; слабо выраженное потребительство» [8].

Экспертами в области деловой этики было проведено исследование среди директоров, топ-менеджеров, а также экспертов, связанных с российским рынком. Подавляющее большинство участников исследования склоняется к выводу, что российская деловая среда и культура ведения бизнеса находятся в процессе непростой и противоречивой трансформации, по одним позициям приближаясь к международным стандартам, а по другим сохраняя сугубо российскую «специфику». Аргументирую свою точку зрения тем, что ведение бизнеса и управленческая культура в России очень мало соответствуют, а нередко вообще не соответствуют международным стандартам, принципиальным образом отличаются от них. Достаточно большое количество респондентов придерживаются мнения, что российская практика ведения бизнеса соответствует международной только в том, что повсеместно основная цель бизнеса – это извлечение прибыли. Россия находится в самом начале пути развития деловой среды, и наиболее существенно деловая культура России и Запада различается в двух областях: управление человеческим капита-

лом и этика ведения бизнеса (несоблюдение взятых на себя контрактных обязательств, недостаточная прозрачность ведения бизнеса).

В завершение можно сказать, что традиционные отличия закладываются в каждую культуру на пути исторического развития и могут включать в себя особенности территориальные, этнические, демографические, психологические, религиозные, социальные, этические, моральные, правовые и др. Для российской деловой культуры характерны следующие черты: отношения между людьми важнее бизнеса, забота о людях является одной из основных ценностей, честность и правдивость, деловой человек должен быть верен своему слову, люди должны быть скромными по умолчанию, люди работают, чтобы жить.

Как уже было сказано ранее, эмпирических исследований по проблеме представлений о деловой этике на данный момент единицы. Тем не менее ранее психологами было проведено исследование, направленное на изучение представлений о деловой этике и установление межпоколенных различий [3]. Нами было проведено исследование, позволяющее проследить динамику представлений о деловой этике среди молодежи и взрослых. В качестве респондентов в данном исследовании выступали 134 человека. В исследовании принимали участие представители взрослого поколения и молодежи России – представители молодого (19–25 лет) и взрослого поколений (45–79 лет) (табл. 1).

Таблица 1
Социально-демографические характеристики выборки исследования

Характеристики	Взрослые	Молодежь
Кол-во чел. всего	76	58
Мужчины (чел.)	31	23
Женщины (чел.)	45	35
Возраст, лет:		
средний	49	23
макс.	79	25
мин.	45	19

Практическая значимость заключается в том, что полученные нами в результате эмпирического исследования данные могут способствовать развитию в дальнейшем более успешной коммуникации и взаимодействия, как делового, так и межличностного. Полученные результаты также могут быть использованы для улучшения понимания и адаптации персонала. *Цель работы* состоит в том, чтобы выявить динамику представлений о деловой этике в России и выделить ключевые особенности деловой этики на данный момент. *Объектом* работы являются представления о деловой этике, *предметом* – динамика представлений о деловой этике в России.

В качестве основного *метода исследования* был использован опрос, заключающийся в заполнении респондентами опросника, в котором была использована *методика «Этика делового взаимодействия» (Лебедева Н. М.)*. Методика Н. М. Лебедевой представляет собой опросник, состоящий из 25 утверждений, к каждому из которых предлагается пять вариантов ответов, где 1 соответствует ответу «совсем не типично», а 5 – «очень типично». Инструкция звучит следующим образом: «Оцените, пожалуйста, насколько типичны для Вас данные виды поведения по шкале от 1 до 5, где 1 – абсолютно не согласен, 5 – абсолютно согласен». Далее приведены примеры видов поведения, которые нужно было оценить: «Опаздывать на важную деловую встречу», «В одежде подчеркивать свою привлекательность для противоположного пола», «В деловой встрече после приветствия сразу переходить к сути вопроса» «Продумывать план и стратегию деловой встречи», «Проявлять особое внимание к женщинам, участвующим в деловой встрече (комплименты и т. д.)», «Позвонить незнакомому человеку и назначить деловую встречу», «При устройстве на работу рассказывать о своих заслугах на прежнем месте работы», «Открыто выражать свое несогласие с начальником», «Делать подарки людям, от которых зависит успех вашего дела, карьеры» и другие [9, 10].

Обсуждение результатов

В работе применен факторный анализ по методу главных компонент, в результате чего получено 8 факторов, но мы рассмотрим основные 5, которые имеют больший вес и процесс дисперсии (табл. 2). Так, *первый фактор* назван «**Ориентация на личностные взаимоотношения**». Данный фактор предполагает: использование лести во время общения с лицами, занимающими более высокое положение; применение различных санкций к сотрудникам, плохо справляющимся со своими обязанностями и т. д. *Второй фактор* был обозначен как «**Демонстрация личностных характеристик в процессе работы**». Данный фактор связан с демонстрацией своих положительных качеств, акцентированием внимания на лучших качествах, умением использовать лесть и комплементы в процессе работы, стремлением любыми способами расположить к себе другого субъекта делового взаимодействия. *Третий фактор* «**Деловая стратегия**» представляет собой проектирование своего профессионального пути, включающего и вкладывание денег в «рост», проявление упорства и настойчивости в деловых отношениях, например звонок незнакомому человеку, чтобы назначить деловую встречу и т. д. *Четвертый фактор* назван «**Представление о руководителе**». Данный фактор включает в себя представления респондентов о руководителе: вы-

сказывание похвалы в адрес работника, назначение женщин на руководящие посты, выполнение обещаний, данных подчиненным руководителю. **Пятый фактор** получил название «**Ориентация на долгосрочную перспективу**». Данный фактор предполагает стремление создать свой бизнес, продумывание стратегии деловой встречи, выгодное инвестирование денег для получения прибыли в будущем и т. д.

Таблица 2
Факторы деловой этики и вошедшие в них переменные (общая выборка)

Фактор	Виды поведения
1. Ориентация на личностные взаимоотношения (вес фактора – 5; дисперсия – 20 %)	Льстить влиятельным лицам (0,88) Критиковать нерадивого сотрудника в присутствии коллег за плохо выполненную работу (0,83) Опаздывать на важную деловую встречу (0,72) Предпочитать брать на работу родственников и близких (0,65)
2. Демонстрация личностных характеристик в процессе работы (вес фактора – 3,4; дисперсия – 13,6 %)	Проявлять особое внимание к женщинам, участвующим в деловой встрече (комплименты и т. д.) (0,59) Демонстрировать свою компетентность в присутствии не очень компетентного начальника (0,63) При устройстве на работу рассказывать о своих заслугах на прежнем месте работы (0,64) Открыто выражать свое несогласие с начальником (0,5)
3. Деловая стратегия (вес фактора – 2,1; дисперсия – 8,4 %)	Позвонить незнакомому человеку и назначить деловую встречу (0,51) Пускать заработанные деньги «в рост» (класть в банк под проценты, делать инвестиции) (0,46) Безропотно терпеть упреки начальства (0,49) Назначать женщин на руководящие должности (0,38)
4. Представление о руководителе (вес фактора – 1,6; дисперсия – 6,6 %)	Хвалить хорошего работника в присутствии других (0,53) Иметь стабильную, хоть и низкооплачиваемую работу (0,54) Назначать женщин на руководящие должности (0,4) Руководителю – выполнять данные подчиненному обещания (0,36)
5. Ориентация на долгосрочную перспективу (вес фактора – 1,5; дисперсия – 6 %)	Стремиться создать собственный бизнес (0,54) Продумывать план и стратегию деловой встречи (0,49) Пускать заработанные деньги «в рост» (класть в банк под проценты, делать инвестиции) (0,47) Наставлять на своем, торговаться «до последнего» (0,37)

Каждый фактор был проанализирован с точки зрения внутренней согласованности переменных. Предварительно мы сделали из этих переменных

шкалы, посчитав средние по каждому фактору (табл. 3).

Таблица 3
Проверка внутренней согласованности шкал опросника

Шкала	α -Кронбаха
Ориентация на личностные взаимоотношения	0,7
Демонстрация личностных характеристик в процессе работы	0,7
Деловая стратегия	0,6
Представление о руководителе	0,8
Ориентация на долгосрочную перспективу	0,6

Как видно из полученных данных, показатели α -Кронбаха по всем выделенным факторам имеют высокие значения, следовательно, переменные, вошедшие в факторы, согласованы между собой, и образованные ими шкалы валидны. Для выбора критерия значимости различий был проведен анализ нормальности распределения. Для проверки распределения на нормальность и выбора критерия для дальнейшего анализа данных использовался критерий Колмогорова-Смирнова (табл. 4).

Таблица 4
Межпоколенные различия в факторах представлений о деловой этике (по критерию Колмогорова-Смирнова)

Фактор (Шкала)	Взрослые		Молодежь	
	Среднее значение	Стандартное отклонение	Среднее значение	Стандартное отклонение
Ориентация на личностные взаимоотношения	3,4	0,9	3,2	1,1
Демонстрация личностных характеристик в процессе работы	3,1**	0,8	3,4**	0,7
Деловая стратегия	3,3**	0,5	3**	0,6
Представление о руководителе	3,4***	0,7	2,9***	0,5
Ориентация на долгосрочную перспективу	3,3	0,3	3,5	0,6

*** – различия достоверны на уровне $p < 0,001$

** – различия достоверны на уровне $p < 0,01$

* – различия достоверны на уровне $p < 0,05$

Исходя из полученных данных можно заключить, что между группами молодых и взрослых респондентов имеют место значимые различия по факторам «Демонстрация личностных характеристик в процессе работы», «Деловая стратегия», «Представление о руководителе». У молодежи значение по фактору «Демонстрация личностных характеристик в процессе работы» выше,

что говорит о том, что в представлении молодых респондентов личностные характеристики играют достаточно большую роль. Ранее было выявлено, что особенности личности выступают детерминантами развития профессионала, проявляют индивидуальные различия, определяющие профессиональную пригодность специалиста, а также обуславливают формирование таких свойств и качеств человека, как его работоспособность, удовлетворенность трудом, профессиональная ответственность [11].

Представители российской молодежи стремятся продемонстрировать свои лучшие качества при устройстве на работу, проявлять особое внимание к женщинам, участвующим в деловой встрече. Но данный фактор включает в себя еще и другую стратегию поведения, а именно демонстрацию компетентности в присутствии не очень компетентного начальника и открытое выражение несогласия с начальником, что свидетельствует о том, что в сознании россиян происходят изменения в установках по отношению к руководителю. Если раньше начальник воспринимался как неизменный авторитет, человек, к которому прислушиваются и на которого хотят быть похожим, возможно, которого боятся, то сегодня эти представления теряют свою актуальность. Возможно, причина в том, что современная молодежь реализует себя в нетрадиционных формах занятости либо в установке, что сами представители молодого поколения более компетентны, уверены, самостоятельны, и знания, полученными ими, более современны и применимы к деловому миру, чем опыт и знания старшего поколения. Как ни странно, у представителей взрослого поколения россиян средние значения по факторам «Деловая стратегия», «Представление о руководителе» выше, чем у молодежи, что сви-

детельствует о том, что взрослые предпочитают стабильность, делая инвестиции или кладя деньги в банк под проценты. Для достижения стабильности взрослые респонденты могут терпеть упреки начальства во избежание увольнения или применения негативных санкций, предпочитают иметь стабильную, хоть и низкооплачиваемую работу. Фактор «Представление о руководителе» включает в себя следующие установки: высказывание похвалы в адрес работника, назначение женщин на руководящие посты, выполнение обещаний, данных подчиненным руководителю. Другими словами, имеют место достаточно традиционные представления о роли и поведении руководителя по отношению к подчиненным, а как мы выяснили ранее, молодые респонденты имеют достаточно своеобразное отношение к начальнику, а точнее, не воспринимают его как незыблемый авторитет.

Таким образом, можно заключить, что имеются различия в факторах представлений о деловой этике, таких как «Демонстрация личностных характеристик в процессе работы», «Деловая стратегия», «Представление о руководителе». Безусловно, по сравнению с ранее проведенными исследованиями [3], имеется определенная динамика, хотя представители взрослого поколения также стремятся к стабильности, предпочитая иметь постоянную, хотя и низкооплачиваемую работу, терпеть упреки начальства, вкладывать деньги «в рост». Продолжается тенденция назначать женщин на руководящие должности и проявлять к ним особое внимание на деловых встречах. У молодых респондентов произошла переориентация установок по отношению к начальнику, который уже не воспринимается ими как главная личность в организации.

Список литературы

1. Де Джордж Р. Т. Деловая этика: в 2 т. СПб.: Экономическая школа, 2001. 1056 с.
2. Булгаков С. Н. История экономической мысли // Русская философия собственности. СПб., 1993.
3. Голдырева В. А. Взаимосвязь ценностей и представлений о деловой этике у разных поколений россиян // Психологическая наука и образование. 2013. № 1. С. 94–103.
4. Голдырева В. А. Особенности представлений о деловой этике в России // Альманах современной науки и образования. 2011. № 9. С. 54–56.
5. Булгаков С. Н. Народное хозяйство и религиозная личность // Соч.: в 2 т. Т. 2. М., 1993.
6. Медведь А. А., Медведь П. А. Деловая этика в современной России и этические представления одаренных школьников // Уч. зап. Санкт-Петербургской академии управления и экономики. 2012. № 1. С. 77–85.
7. Шихирев П. Н. Введение в российскую деловую культуру. М.: Новости, 2000. 200 с.
8. Петрунин Ю. Ю., Борисов В. К. Этика бизнеса: учеб. пособие. М.: Дело, 2000. 280 с.
9. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. Ценности культуры и развитие общества. М.: Изд. Дом ГУ-ВШЭ, 2007. 390 с.
10. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. Стратегии межкультурного взаимодействия мигрантов и населения России. М.: РУДН, 2009. 420 с.
11. Бохан Т. Г., Алексеева Л. Ф. и др. Личностные характеристики как ресурсы и потенциал развития психологической готовности к научно-исследовательской работе // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2013. Вып. 11 (139). С. 98–102.

Федотова В. А., преподаватель, магистр.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».

Ул. Студенческая, 38, Пермь, Россия, 614070.

E-mail: vera_goldyreva@mail.ru vera_fedotova11@bk.ru

Материал поступил в редакцию 20.02.2015.

V. A. Fedotova

THE PROBLEM OF “IDEA OF BUSINESS ETHICS” IN PSYCHOLOGICAL SCIENCE: DYNAMICS OF CHANGES IN RUSSIA

The goal of research presented in the article is to follow the dynamics of change in the perceptions of business ethics among different generations of Russians. The respondents were 134 participants: representatives of older generations (45–79 years) and youth of Russia (19–25 years). As the primary research method is used survey method consisting in filling specially prepared questionnaire, in which is used the method of “Ethics of business interaction”. The work applied factor analysis by the principal component method, as a result of which we obtained 5 factors: “The focus on personal relationships”, “Business strategy”, “Presentation on head”, “The demonstration of personal characteristics in the process”, “Focus on the long-term future”. It's also found that between groups of young and adult respondents are significant differences in the factors “Focus on personal relationships”, “Business strategy”, “Presentation on the head”.

Key words: *setting on business ethics, business ethics, inter-generation differences in business culture.*

References

1. De Dzhordzh R. T. *Delovaya etika* [Business ethics]. V 2h tomah. St. Petersburg, Ekonomicheskaya shkola Publ., 2001. 1056 p. (in Russian).
2. Bulgakov S. N. *Istoriya ekonomicheskoy mysli* [History of economic thought]. *Russkaya filosofiya sobstvennosti* [Russian philosophy of Property]. St. Petersburg, 1993 (in Russian).
3. Goldyreva V. A. *Vzaimosvyaz' tsennostey i predstavleniy o delovoy etike y raznykh pokoleniy rossiyan* [The relationship of values and concepts of business ethics in different generations of Russians]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovaniye – Psychological science and education*, 2013, no. 1, pp. 94–103 (in Russian).
4. Goldyreva V. A. *Osobennosti predstavleniy o delovoy etike v Rossii* [Features of settings of business ethics in Russia]. *Al'manakh sovremennoy nauki i obrazovaniya – Almanac of modern science and education*, 2011, no. 9, pp. 54–56 (in Russian).
5. Bulgakov S. N. *Narodnoye khozyaistvo i religioznaya lichnost'* [The national economy and the religious personality]. *Sochineniya v 2 t.* T. 2. Moscow, 1993 (in Russian).
6. Medved' A. A., Medved' P. A. *Delovaya etika v sovremennoy Rossii i eticheskiye predstavleniya odarenykh shkol'nikov* [Business ethics in modern Russia and ethical notions of gifted students]. *Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskoy akademii upravleniya i ekonomiki – Scientific notes of the St. Petersburg Academy of Management and Economics*, 2012, no. 1, pp. 77–85 (in Russian).
7. Shikhirev P. N. *Vvedeniye v rossiiskuyu delovuyu kul'turu* [Introduction to Russian business culture]. Moscow, Novosti Publ., 2000. 200 p. (in Russian).
8. Petrunin Y. Y., Borisov V. K. *Etika biznesa. Ucheb. posobiye* [Business ethics. Study guide]. Moscow, Delo Publ., 2000. 280 p. (in Russian).
9. Lebedeva N. M., Tatarko A. N. *Tsennosti kul'turi i razvitiye obshchestva* [Cultural values and society development]. Moscow, Izd. Dom GU VShE Publ., 2007. 390 p. (in Russian).
10. Lebedeva N. M., Tatarko A. N. *Strategii mezhkul'turnogo vzaimodeystviya migrantov i naseleniya Rossii* [The strategy of intercultural interaction between migrants and the population of Russia]. Moscow, RUDN Publ., 2009. 420 p. (in Russian).
11. Bokhan T. G., Alekseeva L. F. i dr. *Lichnostnye kharakteristiki kak resursy i potentsial razvitiya psikhologicheskoy gotovnosti k nauchno-issledovatel'skoy rabote* [Personal characteristics as resources and potential for development of psychological readiness for research work]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2013, no. 11, pp. 98–102 (in Russian).

Fedotova V. A.

National Research University “Higher School of Economics”.

Ul. Studencheskaya, 38, Perm, Russia, 614070.

E-mail: vera_goldyreva@mail.ru, vera_fedotova11@bk.ru