

DOI: 10.25629/НС.2024.08.17

УДК: 159.9

ВАК: 5.3.5 – Социальная, политическая и экономическая психология

ОТНОШЕНИЕ К СОЦИАЛЬНОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОМПОНЕНТОВ В КОНТЕКСТЕ КОНКУРЕНЦИИ И ПАРТНЕРСТВА

Титова О.И.

Сибирский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации
Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева

Аннотация

Статья содержит результаты разработки эмпирической модели отношения к социальному взаимодействию и оценки ее эмпирической пригодности. Актуальность исследования связана с малой изученностью социального взаимодействия в силу трудностей его измерения и научного описания. Цель: выделить структурные компоненты отношения к социальному взаимодействию и описать их место применительно к разным типам конкуренции и партнерства. Отношение к социальному взаимодействию изучалось методом опроса на основе совокупности параметров: эмоциональность – рациональность, ориентация на свои цели – ориентация на других людей, осознанность – спонтанность, доминирование – подчинение, принципы взаимодействия, частота конкуренции и партнерства, инициативность – реактивность, сдержанность – непосредственность, следование принципам – ситуативность, оценка по статусу – оценка по поступкам и другие. Математико-статистические методы включают факторный анализ по методу главных компонент с вращением Varimax и подтверждающий анализ (IBM SPSS Amos 27.0). Выборка: 286 человек (25,5% мужчин, 64,7% женщин, 0,3% отнесли себя к «третьему» полу, 9,4% свой пол не указали; возраст от 18 до 70 лет). По результатам исследования в структуре отношения к социальному взаимодействию выделены 12 компонентов: принципы и правила в партнерстве; подчинение и безынициативность; конкуренция и доминирование; непосредственность; принципиальность; эгоцентричность; конкретность; взаимосвязанность взаимодействия в разных сферах; саморегуляция и самоорганизация; соревновательность; прагматичность; спланированность. Показатели по 6 индексам доказывают эмпирическую пригодность модели отношения к социальному взаимодействию, включающей указанные компоненты. В технико-экономическом партнерстве наиболее значимы компоненты «прагматичность» и «спланированность», а в личностно ориентированном партнерстве – «принципы и правила в партнерстве», «конкретность» и «саморегуляция и самоорганизация». В конкуренции за ресурсы наиболее значимы «эгоцентричность», «прагматичность», а в конкуренции-соревновании за личные достижения наиболее значимы компоненты «конкуренция и доминирование», «непосредственность», «соревновательность».

Ключевые слова

Социальное взаимодействие, отношение к социальному взаимодействию, факторный анализ, эмпирическая модель, конкуренция, партнерство.

Введение

Как психологическое явление социальное взаимодействие сложно поддается изучению по причине своей многоаспектности и процессуального характера, что значительно затрудняет его измерение и описание эмпирических проявлений. Представляемые результаты эмпирического

анализа структуры отношения к социальному взаимодействию получены в рамках изучения роли гендера в социальном взаимодействии и продолжают исследования автора в этом направлении [13-15 и др.].

В работах, посвященных проблематике взаимодействия, раскрываются различные его курсы. Например, Д.Н. Брикет [1], О.А. Врублевская [4], Д.Е. Николаев и другие авторы обсуждают вопросы сущности взаимодействия и возможности его эмпирического изучения; Т.С. Вавакина [3] выделяет отличия социального взаимодействия от деятельности и общения. Изучаются также частные вопросы социального взаимодействия: А.Ю. Буткевич [2] характеризует гендерные различия посредничества во взаимодействии; V. De Cristofaro с соавторами [16] рассматривают взаимодействие в контексте моральных убеждений человека; А. Eagly и А. Koenig [17] акцентируют внимание на взаимообусловленности стереотипов и социальных ролей во взаимодействии, S. Lamer и M. Weisbuch [18] – на средствах трансляции стереотипов; Н. Radke с соавторами [20] – на межгрупповых аспектах взаимодействия; авторским коллективом во главе со S. Stroessner [21] экспериментально изучается роль гендерных категорий во взаимодействии.

Социальное взаимодействие определяется как процесс непосредственного или опосредованного воздействия социальных субъектов друг на друга, в котором стороны связаны циклической причинной зависимостью. Представляя собой интегрированную систему действий, оно возникает из совместного участия субъектов взаимодействия в сложной, подвижной сети социальных отношений, задавая способы реализации совместной деятельности, выступая основанием общественной солидарности. В работе Т.С. Вавакиной [3] выделяются два параметра отношений между субъектами, один из которых связан с ролями и статусами субъектов, отношениями власти и влияния между ними, определяющими, будет ли взаимодействие иерархическим или паритетным, а второй – характеризует процессы интеграции и дифференциации. Через призму отношения человека к активному социальному объекту анализирует социальное взаимодействие А.А. Грачев [5], подчеркивая, что субъект сам определяет объект как активный или пассивный в ходе взаимодействия с ним, что это интерпретация субъектом той ситуации, в которой он находится. Активные социальные объекты, будучи включенными в социальную систему, приобретают признак социальности. Взаимодействие человека с миром имеет социальный характер, поскольку «мир представлен человеку как феномен культуры, что его представления о мире меняются в соответствии с динамикой культуры, и потому взаимодействие человека с миром тоже можно характеризовать как социальное» [5, с. 423]. Для анализа социального взаимодействия Т. Парсонс и Э. Шилз [19, с. 77] опираются на параметры: непосредственное удовлетворение потребностей – сдержанность в отношении природных импульсов; ориентация на себя – ориентация на сообщество; опора на общепринятые нормы и стандарты – принятие во внимание конкретных взаимоотношений; оценка участников взаимодействия на основе атрибутивных признаков (например, принадлежность к социальной группе) или на основе личных достижений субъекта; специфичность и своеобразие взаимодействия в разных сферах или, наоборот, отсутствие специфичности и слабая дифференцированность взаимодействия в разных сферах.

В работах отечественных ученых предложено несколько типологий социального взаимодействия. Так, в рамках совместной деятельности А.Л. Журавлевым [6] описаны семь типов взаимодействия, наиболее контрастными среди них являются сотрудничество и противоборство. Предметно-ресурсное, субъектно-ресурсное и субъектно-ценностное взаимодействие выделяют В.П. Позняков и Т.С. Вавакина [12]. Шесть базовых типов взаимодействия индивида со средой описываются В.И. Пановым [10]: объект-объектный, субъект-объектный, объект-субъектный, субъект-обособленный, субъект-порождающий и субъект-совместный. Через призму функций в жизни человека описывает социальное взаимодействие А.А. Грачев [5]: дефицитарное (субъект-объектное), основанное на взаимной выгоде, самореализационное (субъект-субъектное), предполагающее свободу в реализации потенциала человека, создание условий для этого, и духовное (объект-субъектное), имеющее форму служения. Автором данной

статьи [14] ранее описаны разновидности социального взаимодействия – конкуренции (конкуренция за ресурсы, конкуренция-соревнование за личные достижения) и партнерства (техно-экономическое и личностно ориентированное).

Проведенный нами анализ публикаций показал, что психологические исследования социального взаимодействия представлены в основном либо изучением локальных индивидуально-психологических и социально-психологических явлений, влияющих на результативность взаимодействия, либо типологическим анализом взаимодействия, направленным на описание многообразия его форм в жизнедеятельности человека, в то время как структура отношения к социальному взаимодействию практически не изучалась.

Цель исследования – выделить структурные компоненты отношения к социальному взаимодействию и описать их место применительно к разным типам взаимодействия.

Мы предполагали, что на основе совокупности различных параметров можно выделить обобщенные, универсальные компоненты в структуре отношения личности к социальному взаимодействию.

Опираясь на концепцию психологических отношений В.П. Позняка [11], мы понимаем отношение к социальному взаимодействию как совокупность относительно устойчивых, в разной мере осознаваемых личностью особенностей восприятия, переживания, осмысления и организации социального взаимодействия. Формируя свое отношение к социальному взаимодействию, субъект избирательно опирается на конкретные параметры, имеющие для него различную значимость и актуальность.

Методы

Для проведения исследования нами был разработан опросник изучения социального взаимодействия. Отношение к социальному взаимодействию изучалось на основе параметров: ориентация на себя / ориентация на сообщество; опора на общепринятые нормы / на конкретные взаимоотношения; своеобразие взаимодействия / отсутствие специфичности взаимодействия в разных сферах; непосредственное удовлетворение потребностей / сдержанность природных импульсов; оценка участников взаимодействия на основе статуса и принадлежности к социальной группе / на основе личных достижений субъекта (Т. Parsons и Е. Shils [19]); доминантность, когерентность (или взаимосвязанность), эмоциональность, обобщенность, принципиальность, степень активности и сознательности (Б.Ф. Ломов [8, с. 332-334]); польза, нравственность, равенство, справедливость, доверие друг другу как принципы взаимодействия (В.П. Позняков и Т.С. Вавакина [12]); доминирование, подчинение, власть во взаимодействии субъектов гендерных отношений (И.С. Клецина и Е.В. Иоффе [7]).

Респондентам предлагалось 38 утверждений, характеризующих различные стороны взаимодействия, степень согласия / несогласия с которыми надо было оценить с использованием 5-балльной шкалы по типу Лайкерта. Опрос проводился индивидуально, процедура опроса предполагала ознакомление с утверждением и выбор из предложенных вариантов ответа, который соответствует мнению респондента.

Математико-статистические методы: факторный анализ по методу главных компонент с применением вращения Varimax; конфирматорный факторный анализ с использованием пакета IBM SPSS Amos v. 27.0.

Эмпирическая проверка модели отношения к социальному взаимодействию проводилась на выборке 286 человек, из них 25,5% мужчин, 64,7% женщин, 0,3% отнесли себя к «третьему» полу, а 9,4% свой пол не указали. Возраст респондентов от 18 до 70 лет.

Результаты и их обсуждение

Для обнаружения наиболее значимых компонентов отношения к социальному взаимодействию и систематизации изучаемых параметров нами был выполнен эксплораторный фактор-

ный анализ, направленные на уменьшение показателей модели путем отсеивания малозначимых параметров. Было получено несколько факторных решений, отличавшихся количеством факторов, методом факторизации данных, наличием вращения, и проведена их интерпретация. Мы проанализировали несколько факторных решений и взяли за основу 12-факторное решение (описывает 59,56% дисперсии), полученное методом главных компонент с применением вращения Varimax. Анализ сгруппированных характеристик позволяет выделить факторы, определяющие содержание отношения к социальному взаимодействию, они представлены в таблице 1. Следует заметить, что в факторном анализе факторы представляют собой обобщенные, укрупненные компоненты, выделенные на основе частных эмпирически измеряемых характеристик изучаемого явления. В терминологии факторного анализа это позволяет именовать факторы компонентами и наоборот, соответственно выделенные с помощью процедуры факторизации факторы являются компонентами отношения к социальному взаимодействию.

Таблица 1 – Структура компонентов отношения к социальному взаимодействию по результатам эксплораторного факторного анализа

Отрицательный вклад		Положительный вклад	
<i>Фактор 1: принципы и правила в партнерстве (вес 2,7)</i>			
Оценивание других людей по статусу и группе	-0,388	Частота партнерства	0,409
		Взаимность	0,552
		Справедливость	0,737
		Равенство	0,593
		Нравственность	0,686
		Доверие друг другу	0,585
		Взаимодействие основано на общепринятых нормах	0,318
<i>Фактор 2: подчинение и безынициативность (вес 2,4)</i>			
Мое доминирование во взаимодействии	-0,323	Реактивность взаимодействия, безынициативность в нем	0,763
Активность, инициатива во взаимодействии	-0,401	Доминирование других во взаимодействии	0,775
		Подчинение другим во взаимодействии	0,718
<i>Фактор 3: конкуренция и доминирование (вес 2,2)</i>			
		Другие готовы подчиняться субъекту	0,688
		Доминирование самого субъекта во взаимодействии	0,635
		Частота конкуренции	0,617
		Активность, инициатива во взаимодействии	0,52
		Оценивание других людей по статусу и группе	0,321
<i>Фактор 4: непосредственность (вес 2,0)</i>			
		Эмоциональная насыщенность взаимодействия	0,651
		Нет ограничений, зависит только от ситуации	0,647
		Ненормированность отношений	0,533
<i>Фактор 5: принципиальность (вес 1,8)</i>			
		Уважение к соблюдению принципов другими людьми	0,788
		Следование своим принципам	0,783
<i>Фактор 6: эгоцентричность (вес 1,7)</i>			
		Ориентация на собственные цели	0,741
		Текущие потребности и взрывные эмоции	0,694
		Практическая польза для Вас	0,405

Отрицательный вклад		Положительный вклад	
		Специфичность взаимодействия в разных сферах	0,464
<i>Фактор 7: конкретность (вес 1,7)</i>			
		Во взаимодействии учитывает конкретные отношения	0,783
		Оценивание других людей по их поступкам	0,599
		Ясность эмоциональной оценки взаимодействия	0,534
<i>Фактор 8: взаимосвязанность взаимодействия в разных сферах (вес 1,7)</i>			
Независимость отношений в разных сферах	-0,84	Взаимосвязанность разных сфер	0,864
<i>Фактор 9: саморегуляция и самоорганизация (вес 1,7)</i>			
		Сдержанность эмоций и инстинктов	0,698
		Должно быть разное поведение в разных сферах	0,572
		Ориентация на других	0,568
		Ненормированность отношений	0,34
<i>Фактор 10: соревновательность (вес 1,7)</i>			
Взаимодействие не зависит от отношения ко мне	-0,78	Взаимодействие зависит от отношения ко мне	0,731
		Частота конкуренции	0,366
		Оценивание других людей по их поступкам	0,304
<i>Фактор 11: прагматичность (вес 1,6)</i>			
		Рациональная основа взаимодействия	0,692
		Практическая польза для Вас	0,586
		Оценка плюсов и минусов взаимодействия	0,541
		Равенство	0,304
<i>Фактор 12: спланированность (вес 1,5)</i>			
Спонтанность, стихийность взаимодействия	-0,771	Спланированность взаимодействия	0,599
		Оценка плюсов и минусов взаимодействия	0,367
		Специфичность взаимодействия в разных сферах	0,374

Источник: составлено автором по материалам проведенного исследования

Опираясь на данные таблицы 1, рассмотрим содержание выделенных факторов и соотнесем их в качестве регуляторов разных типов социального взаимодействия, описанных нами ранее: конкуренция за ресурсы, конкуренция-соревнование за личные достижения, технико-экономическое партнерство, лично ориентированное партнерство.

Фактор 1 «принципы и правила в партнерстве» включает в себя субъективные оценки использования практически всех принципов в регуляции социального взаимодействия, за исключение пользы для себя (см. табл. 1). Наиболее тесно этот фактор взаимосвязан с опорой на справедливость и нравственность в качестве регуляторов социального взаимодействия. Также отметим, что фактор имеет отрицательную связь с оцениванием людей по их социальному статусу, по их принадлежности к той или иной социальной группе, что характеризует респондентов как несклонных объяснять поведение партнеров по взаимодействию на основе групповых стереотипов, сформированных, например, в отношении профессии или возраста, или материального статуса. Среди типов социального взаимодействия, описанных нами в ходе ранее выполненных исследований, данный фактор в качестве регулятора наиболее соответствует лично ориентированному партнерству, так как по своей сути апеллирует к представлениям

субъекта о справедливости и взаимности, к доверию во взаимодействии и т.д. Также к регуляторам лично ориентированного партнерства следует отнести *фактор 7 «конкретность»*, в основе которого учет конкретных отношений с другими людьми, придание более высокой значимости их поступков, построение социального взаимодействия с учетом эмоциональной его оценки, с учетом того, насколько субъекту нравится взаимодействие или нет. Еще один фактор, регулирующий лично ориентированное партнерство, – *фактор 9 «саморегуляция и самоорганизация»*. В его основу положены нормы, предписывающие сдерживать природные импульсы во взаимодействии, ориентироваться на сообщество и других людей, по-разному вести себя в разных сферах жизни (работа, семья, друзья и т.д.), формируя наиболее подходящие для каждой сферы модели поведения и минимизируя предварительные ограничения в виде предубеждений и социальных стереотипов, например, по возрасту, гендерной и этнической принадлежности, социальной роли и др.

В качестве регуляторов еще одного типа социального взаимодействия ориентацией на отношения – конкуренции-соревнования за личные достижения – отметим фактор 3, фактор 4 и фактор 10. *Фактор 3 «конкуренция и доминирование»* опирается на такие индикаторы как доминирование субъекта во взаимодействии, его активность и инициативу, склонность оценивать окружающих по их статусу и принадлежности к социальной группе, сопровождается частой конкуренцией и готовностью окружающих подчиняться. Роль этого фактора в регулировании конкуренции-соревнования за личные достижения обусловлена тем, что именно этот вариант конкуренции наиболее чувствителен к занятию доминирующей позиции в той или иной сфере достижений личности, к статусам и субординации в отношениях субъектов. Второй из факторов, регулирующих конкуренцию-соревнование за личные достижения, *фактор 4 «непосредственность»* включает в себя индикаторы, связанные с эмоциональной стороной взаимодействия и его ситуативностью, отсутствием заданных извне ограничений и слабым влиянием социальных норм в отношениях, в манерах и стиле поведения в разных сферах. Роль данного фактора в регуляции взаимодействия обеспечивает ему нестандартность и творческий подход, присущий соревновательной конкуренции в гораздо большей степени, чем партнерству, кроме того, за счет нестандартных шагов субъект обеспечивает себе конкурентоспособность. Третий из регуляторов конкуренции-соревнования за личные достижения – это *фактор 10 «соревновательность»*. Он включает в себя выраженную взаимосвязанность, точнее даже зависимость построения взаимодействия субъекта с другими людьми от отношения к нему. Весомость этого фактора возрастает с увеличением частоты конкуренции в разных сферах жизни человека и с частотой оценивания других людей по их действиям и поступкам, которые в совокупности определяют содержание и масштаб личных достижений субъекта, лежащих в основе состоятельности людей в условиях данного типа конкуренции.

Обратимся к двум другим типам социального взаимодействия, в основе которых лежит ориентация на ресурсы, и соотнесем их с соответствующими факторами, регулирующими эти типы взаимодействия – технико-экономическое партнерство и конкуренцию за экономические ресурсы. Техничко-экономическое партнерство, являясь взаимодействием, направленным на оптимизацию совместной деятельности людей, предполагает рациональность, целенаправленность, конкретные договоренности, социальный обмен и взаимовыгодный обмен экономическими и материально-техническими ресурсами. Соответственно, данный вид взаимодействия регулируется фактором *11 «прагматичность»*, который включает в себя установки на рациональную основу взаимодействия, учет полезности конкретных действий и мероприятий для самого субъекта, стремление оценивать их плюсы и минусы для субъекта. Аналогичным образом мы считаем данный фактор проявляет себя и в регулировании другого типа взаимодействия – конкуренции за экономические ресурсы, в которой также значимое место отводится рациональности и практичности, оценке ситуации с разных точек зрения, что обеспечивает способность субъекта конкурировать с другими претендентами на ограниченные (в экономическом смысле этого слова) ресурсы.

Другим фактором регуляции технико-экономического партнерства выступает фактор 12 «спланированность», в основе которого низкий уровень спонтанности и стихийности во взаимодействии, высокий уровень осознанности его путем постановки цели, подбора средств и анализа достигнутых результатов. Также в этот фактор вошла установка на то, что взаимодействие должно быть специфичным в разных сферах, строиться по разным нормам и правилам, и стремление оценивать плюсы и минусы взаимодействия, делать это с разных точек зрения. Перечисленные выше характеристики социального взаимодействия соответствуют сути партнерства, в котором используются экономические и материально-технические ресурсы, обуславливая его большую целенаправленность, рациональность, последовательность, организованность, чем в других разновидностях партнерских отношений.

Еще одним фактором, роль которого наиболее заметна в регуляции конкуренции за экономические ресурсы, является фактор 6 «эгоцентричность». Он включает в себя оценки распространённости во взаимодействии ориентации субъекта на собственные интересы и цели, приоритет удовлетворения актуальных в текущей ситуации потребностей и переживание непосредственных эмоций в связи с ними, а также роль практической пользы лично для себя и восприятие взаимодействия в разных сферах жизни через призму различий – разные люди, обособленные правила.

Другие факторы мы относим к числу универсальных (факторы 2, 5 и 8), потому как они проявляют себя в каждом из указанных типов социального взаимодействия. Это обусловлено тем, что в основе данных факторов лежат либо базовые психологические явления, обеспечивающих регуляцию деятельности, например, эмоции, либо базовые социально-психологические явления, такие как: социальные нормы, на которые указывает выработка людьми общих принципов и следование им; лидерская или ведомая позиция во взаимодействии, выражающаяся в отношениях доминирования/ подчинения; общность ценностных ориентаций, проявляющаяся в разных сферах жизни личности в виде типичности поведения, стилевых особенностей, черт характера.

Так, фактор 2 «подчинение и безынициативность» является самым однозначным по смыслу среди всех выделенных факторов, так как абсолютно все его индикаторы лежат в пространстве «доминирование – подчинение» и «активность – реактивность», характеризую поведение как самого субъекта во взаимодействии, так и других людей по отношению к субъекту. Два других фактора – фактор 5 и фактор 8 – еще более одноплановые в своем содержании. Фактор 5 «принципиальность» включает в себя индикаторы, связанные с уважением к соблюдению другими людьми принципов в социальном взаимодействии и насколько часто следует принципам сам субъект. Учитывая, что принципы являются своего рода правилами, определяют нормы взаимодействия, соответственно они имеют место быть во всех четырех вариантах социального взаимодействия – и в конкуренции, и в партнерстве, и с ориентацией на ресурсы, и с ориентацией на отношения. Фактор 8 «взаимосвязанность взаимодействия в разных сферах» характеризует представления субъекта о взаимодействии в разных сферах жизни (на работе, в семье, в дружеских отношениях, в отношениях, складывающихся в контексте увлечений и досуга и т.п.) как взаимно и сильно влияющие друг на друга, взаимно детерминирующие друг друга.

В таблице 2 представлены сводные результаты интерпретации факторов, являющихся компонентами в структуре отношения к социальному взаимодействию, в их регулятивном значении для разных типов конкуренции и партнерства.

Обозначенные выше факторы, обобщая группы характеристик социального взаимодействия, определяют содержание отношения к социальному взаимодействию и являются его компонентами. В общей сложности выделено 12 компонентов в структуре отношения к социальному взаимодействию: 1) принципы и правила в партнерстве; 2) подчинение и безынициативность; 3) конкуренция и доминирование; 4) непосредственность; 5) принципиальность; 6) эгоцентричность; 7) конкретность; 8) взаимосвязанность взаимодействия в разных сферах; 9) саморегуляция и самоорганизация; 10) соревновательность; 11) прагматичность; 12) спланированность. Они и определили содержание разработанной нами модели отношения к социальному взаимодействию.

Таблица 2 – Соотнесение факторов-компонентов отношения к социальному взаимодействию и типов взаимодействия

Технико-экономическое партнерство	Личностно ориентированное партнерство
Ф. 11: прагматичность (вес 1,6) Ф. 12: спланированность (вес 1,5)	Ф. 1: принципы и правила в партнерстве (вес 2,7) Ф. 7: конкретность (вес 1,7) Ф. 9: саморегуляция и самоорганизация (вес 1,7)
Конкуренция за ресурсы	Конкуренция-соревнование за личные достижения
Ф. 6: эгоцентричность (вес 1,7) Ф. 11: прагматичность (вес 1,6)	Ф. 3: конкуренция и доминирование (вес 2,2) Ф. 4: непосредственность (вес 2,0) Ф. 10: соревновательность (вес 1,7)
Универсальные факторы в социальном взаимодействии	
Ф. 2: подчинение и безынициативность (вес 2,4) Ф. 5: принципиальность (вес 1,8) Ф. 8: взаимосвязанность взаимодействия в разных сферах (вес 1,7)	

Источник: составлено автором по материалам проведенного исследования

Для проверки эмпирической пригодности, сконструированной на предыдущем этапе модели отношения к социальному взаимодействию, проведен конфирматорный факторный анализ с использованием инструментов AMOS SPSS 27.0, результаты которого представлены в таблице 3. Напомним, что конфирматорный анализ определяет, насколько точно предварительно определенная структура латентных факторов объясняет реально существующие между ними связи, рассчитанные по эмпирическим данным. Компоненты в модели отношения к социальному взаимодействию выступали в качестве индикаторов (манифестных переменных).

Таблица 3 – Конфирматорный факторный анализ: индексы пригодности модели отношения к социальному взаимодействию (N=264)

χ^2	CMIN/DF	GFI	AGFI	RMSEA	PCLOSE
76,685	1,632	0,954	0,923	0,049	0,510

Источник: составлено автором по материалам проведенного исследования

Пригодность статистической модели отношения к социальному взаимодействию оценивалась нами по 6 индексам: 1) критерий χ^2 , низкая величина которого свидетельствует в пользу пригодности модели; 2) отношение CMIN/DF, где DF – число степеней свободы: чем ниже значение этого показателя, тем выше пригодность модели, обычно значение не должно быть выше 2; 3) Goodness-of-Fit Index (GFI) – критерий согласия (хорошее согласие при >0,9); 4) Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI) – исправленный критерий согласия (также хорошее согласие при >0,9); 5) RMSEA, показатель до 0,05 – хорошее согласие моделей, не более 0,08 – приемлемое согласие, от 0,08 до 0,1 – слабое согласие; 6) PCLOSE (оценка точности модели), значение от 0,5 и выше – хорошее согласие, от 0,1 до 0,5 – приемлемое согласие.

Анализ показателей по 6 индексам, использованных в оценке пригодности модели (см. таблицу 3), позволяет сделать вывод, что данная модель обладает весьма хорошим уровнем пригодности – она адекватно отражает наиболее значимые компоненты отношения к социальному взаимодействию. Таким образом, выделенные нами 12 компонентов достаточно полно отражают структуру отношения к социальному взаимодействию.

Выводы и заключение

В ходе эмпирического исследования выделены 12 компонентов в структуре отношения к социальному взаимодействию: принципы и правила в партнерстве; подчинение и безынициативность.

тивность; конкуренция и доминирование; непосредственность; принципиальность; эгоцентричность; конкретность; взаимосвязанность взаимодействия в разных сферах; саморегуляция и самоорганизация; соревновательность; прагматичность; спланированность.

Проведена оценка эмпирической пригодности модели отношения к социальному взаимодействию, включающую указанные компоненты. Она обладает достаточно хорошими показателями, что свидетельствует об адекватности использования описанных нами компонентов для характеристики отношения к социальному взаимодействию.

В регулировании партнерства наиболее значимы компоненты: «прагматичность» и «спланированность» – для технико-экономического партнерства; «принципы и правила в партнерстве», «конкретность» и «саморегуляция и самоорганизация» – для лично ориентированного партнерства.

В регулировании конкуренции наиболее значимы: «эгоцентричность», «прагматичность» – для конкуренции за ресурсы; «конкуренция и доминирование», «непосредственность», «соревновательность» – для конкуренции-соревнования за личные достижения.

В регулировании конкуренции-соревнования за личные достижения и лично ориентированного партнерства участвует большее число компонентов, что обусловлено, на наш взгляд, более сложной предметностью этих типов социального взаимодействия в связи с их ориентацией на межличностные и/или межгрупповые отношения участников взаимодействия.

Перспективы дальнейших исследований нам представляются следующим образом. Во-первых, мы полагаем, что выделенные нами компоненты отношения к социальному взаимодействию обладают различной «чувствительностью» к воздействию со стороны гендера и варьируются у людей с разными гендерными характеристиками. Во-вторых, мы полагаем, что описанные нами компоненты отношения к социальному взаимодействию будут иметь различную значимость и выраженность в зависимости от сферы взаимодействия (работа, семья, друзья и др.).

Библиография

1. Брикет Д.Н. Парадигмальный сдвиг от социального действия к социальному взаимодействию // Наука. Культура. Общество. 2022. Т. 28. № 2. С. 45-56.
2. Буткевич А.Ю. Гендерные различия в соблюдении принципов медиативных отношений в повседневном взаимодействии // Вестник Кемеровского государственного университета. 2022. №4. С. 482-492. DOI: 10.21603/2078-8975-2022-24-4-482-492.
3. Вавакина Т.С. Проблема исследования партнерства в социальной психологии // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2018. Т. 25. С. 38-50. DOI: 10.26516/2304-1226.2018.25.38
4. Врублевская О.А. О сущности понятия «социальное взаимодействие» в научных исследованиях // Сибирский журнал науки и технологий. 2006. № 5 (12). С. 60-65.
5. Грачев А.А. Отношение человека к активному социальному объекту: прикладной аспект // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2020. Том 5. № 2(18). С. 419-442.
6. Журавлев А.Л. Психология совместной деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
7. Клецина И.С., Иоффе Е.В. Психология гендерных отношений. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2018. 244 с.
8. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984. 444 с.
9. Николаев Д.Е. Эвристики в научных описаниях взаимодействия: на пути к психологии науки // Новые психологические исследования. 2023. № 3. С. 70-89. DOI: 10.51217/npsyresearch_2023_03_03_04.

10. Панов В.И. Экопсихологические взаимодействия: виды и типология // Социальная психология и общество. 2013. № 3. С. 13-27.
11. Позняков В.П. Психологические отношения человека: современное состояние исследований и перспективы развития концепции // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2017. Т.2. №2. С. 6-29.
12. Позняков В.П., Вавакина Т.С. Психология делового партнерства: теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.
13. Титова О.И. Гендер и толерантность к неопределенности как факторы взаимодействия в деятельности сотрудников полиции // Человеческий капитал. 2020. №12(144). С. 191-202. DOI: 10.25629/НС.2020.12.19.
14. Титова О.И. Гендерные различия в отношениях российских предпринимателей к конкуренции и партнерству : дис. канд. психол. наук. М., 2007.
15. Титова О.И. Эмпирическая модель структуры социального взаимодействия в контексте изучения конкуренции и партнерства // Ананьевские чтения – 2022. 60 лет социальной психологии в СПбГУ: от истоков – к новым достижениям и инновациям: Материалы международной научной конференции. Санкт-Петербург, 2022. С. 77-78.
16. De Cristofaro V., Pellegrini V., Giacomantonio M., Livi S., Van Zomeren M. Can moral convictions against gender inequality overpower system justification effects? Examining the interaction between moral conviction and system justification // British Journal of Social Psychology. 2021. № 60 (4). P. 1279-1302. DOI:10.1111/bjso.12451.
17. Eagly A.H., Koenig A.M. The Vicious Cycle Linking Stereotypes and Social Roles // Current Directions in Psychological Science. 2021. № 30 (4). P. 343-350.
18. Lamer S.A., Weisbuch M. Men over women: The social transmission of gender stereotypes through spatial elevation // Journal of Experimental Social Psychology. 2019. Vol. 84. P. 103828. DOI: 10.1016/j.jesp.2019.103828.
19. Parsons T., Shils E. Toward a General Theory of Action. Cambridge MA: Harvard University Press, 1951.
20. Radke H.R.M. [et al.]. Beyond Allyship: Motivations for Advantaged Group Members to Engage in Action for Disadvantaged Groups // Personality and Social Psychology Review. 2020. Vol. 24. № 4. P. 291-315.
21. Stroessner S.J., Benitez J., Perez M.A., Wyman A.B., Carpinella C.M., Johnson K.L. What's in a shape? Evidence of gender category associations with basic forms // Journal of Experimental Social Psychology. 2020. Vol. 87. P. 103915. DOI: 10.1016/j.jesp.2019.103915.

Об авторе

Титова О.И., кандидат психологических наук, доцент, Сибирский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации, Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, AuthorID: 219085, e-mail: 944058@mail.ru.

ATTITUDE TO SOCIAL INTERACTION: EMPIRICAL ANALYSIS OF COMPONENTS IN THE CONTEXT OF COMPETITION AND PARTNERSHIP

Titova O.I.

Siberian Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation
Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafiev

Abstract

The article contains the results of the development of an empirical model of attitudes to social interaction and assessment of its empirical suitability. The relevance of the research is connected with the little studied social interaction due to the difficulties of its measurement and scientific description. Objective: to identify structural components of attitudes to social interaction and describe their place in relation to different types of competition and partnership. Attitude to social interaction was studied by the survey method on the basis of a set of parameters: emotionality - rationality, orientation to one's own goals - orientation to other people, awareness - spontaneity, dominance - submission, principles of interaction, frequency of competition and partnership, initiative - reactivity, restraint - spontaneity, adherence to principles - situationality, evaluation by status - evaluation by deeds and others. Mathematical and statistical methods include factor analysis by the method of principal components with Varimax rotation and confirmatory analysis (IBM SPSS Amos 27.0). Sample: 286 people (25.5% men, 64.7% women, 0.3% classified themselves as the 'third' sex, 9.4% did not specify their sex; age from 18 to 70 years). According to the results of the study, 12 components were identified in the structure of attitudes to social interaction: principles and rules in partnership; subordination and lack of initiative; competition and dominance; non-mediocrity; principality; egocentricity; concreteness; interconnectedness of interaction in different spheres; self-regulation and self-organisation; competitiveness; pragmatism; plannedness. The indicators for 6 indices prove the empirical suitability of the model of attitudes to social interaction, which includes these components. In techno-economic partnership the most significant components are 'pragmatism' and 'plannedness', and in personality-oriented partnership - 'principles and rules in partnership', 'concreteness' and 'self-regulation and self-organisation'. In competition for re-sources the most significant components are 'egocentricity' and 'pragmatism', and in competition-competition for personal achievements the most significant components are 'competition and dominance', 'spontaneity', and 'competitiveness'.

Keywords

Social interaction, attitude to social interaction, factor analysis, empirical model, competition, partnership.