

## Организационно-педагогические формы согласования позиций в правовых спорах в международном диалоге


**Абдул Салам Афган**

аспирант

Российский университет дружбы народов

Москва, Россия


asbafghan@gmail.com

 0000-0000-0000-0000

Поступила в редакцию 15.04.2022

Принята 12.05.2022

Опубликована 20.06.2022

 10.25726/h1505-3496-6346-v

### Аннотация

В деловой и научной литературе значимое внимание уделяется важности эмпатии, т.е. умению принять перспективу другого человека, поставив себя на его место, для развития межличностных отношений. Однако существует риск, что в переговорах способность побудить контрагента к принятию перспективы, т.е. проявлению эмпатии, является не менее значимым фактором успеха. Внешнее давление и агрессия вызывают психологическое сопротивление. Иногда такое сопротивление приобретает гротескные формы, заставляя людей совершать действия, прямо противоречащие их интересам, лишь бы только продемонстрировать свою независимость. Новизна исследования определяется тем, что переговоры в условиях работы предпринимателем зависят от способности к эмпатии. Авторы показывают, что обучение эмпатии и повышение ее уровня могут способствовать повышению качества и успешности переговоров, следствием чего будут заключенные контракты и соответственно повышение эффективности деятельности предпринимателя. В работе установлено, что эмпатия в профессиональной деятельности предпринимателя способствует формированию вторичных социально-экономических показателей среды и общества. Практическая значимость исследования определяется структурой формирования эмпатийной составляющей в практической деятельности предпринимательских структур в условиях преодоления кризисных явлений в экономике.

### Ключевые слова

эмпатия, предпринимательство, среда, формирование, развитие.

### Введение

Анализируя взгляды ученых различных психологических теорий на проблему эмпатии можем говорить о том, что она считается эффективным способом понимания и познания внутреннего мира другого человека; является необходимым условием общего развития личности в обществе, межличностного взаимопонимания и эмоционального интеллекта; эффективным средством для овладения и понимания нравственных отношений, этических норм; эмпатия выступает основой для нравственного развития личности; высокий уровень эмпатии способствует формированию альтруистического стиля поведения (Groch, 2012). Также эмпатическое сострадание, сопереживание выступает мотивом-посредником в деятельности предпринимателей (Luo, 2018).

Проблема необходимости повышения роли эмпатии в личностном развитии давно является предметом научных исследований в психологии. Это связано с тем, что эмпатия как психологический феномен оказывает существенное влияние на всю личность в целом, повышает мотивацию и продуктивность деятельности и расширяет представление о ее эффективности (Rashid, 2006).

Способность к эмпатии заключается в умении дать эмоциональный ответ на переживания, мысли и чувства объекта эмпатии. Некоторые ученые считают, что эмпатия – это эмоциональная способность реагировать на сигналы, передающие эмоциональный опыт другого (Peterlin, 2019). Другие определяют эмпатию как поведенческую способность, которая проявляется в профессиональном поведении в ответ на переживания или проблемы другого человека. Рассматривают эмпатию как биологически обусловленную склонность к альтруистическому поведению. Искреннее сочувствие (эмпатия) порождает альтруистическую мотивацию помогающего поведения (Le, 2020).

Вопрос развития эмпатии в основном рассматривается в двух основных контекстах – личностном (общечеловеческом) и профессиональном (Sherman, 2018). Часто мы говорим об эмпатии в разные возрастные периоды, в целом об эмпатии в нашем обществе против агрессии и отсутствии сочувствия по отношению к другим людям. Также эмпатия широко рассматривается в работе предпринимателей.

Все больше современных ученых в качестве предмета исследования выбирают деятельность (Hockerts, 2018). О том свидетельствует ряд психологических работ отечественных и зарубежных исследователей различных направлений и течений (Bacq, 2018). Определение понятия «деятельность» в психологии характеризуется неоднозначностью и многофункциональностью (Zulficar, 2019). Так, бытует мнение, согласно которому «деятельность» это процесс необходимой активности личности (Samuffo, 2012). Однако ряд других авторов под понятием «деятельность» понимают:

- умение и способность личности преобразовывать реальную действительность;
- фактор развития личности, отношение к социальному окружению, формирование своей жизни и социальной реальности;
- духовное и материальное влияние в «субъект-объектном» взаимодействии.

Зарубежными и отечественными учеными-психологами разработаны концепции и виды деятельности, а также раскрывается содержание и сущность деятельности как психологической категории (Urban, 2019). На основе теоретического анализа можно сказать о существовании подходов к изучению структуры деятельности. Многочисленные исследования психологов позволяют выделить мотивационную (мотивационно-потребностную сферу), целевую (цель деятельности) и инструментальную (средства деятельности) составляющие структуры деятельности. Именно эти структурные элементы определяют внутреннюю и внешнюю организацию деятельности (Younis, 2020).

В рамках субъектного подхода центральным компонентом структуры деятельности выделяет личность, которая ее осуществляет (Chang, 2014). Однако, анализируя проблему структуры деятельности, нужно отдать должное другим подходам и концепциям (Razavi, 2014). Так, функционально-алгоритмический подход рассматривает деятельность с позиции структурного анализа и включает в себя 5 уровней:

- уровень личностно-мотивационного анализа. На данном уровне происходит изучение потребностей личности и возможных вариантов их удовлетворения в зависимости особенностей выбранной профессии;
- уровень компонентно-целевого анализа. На данном уровне выделяется цель и значение всех операций (действий), их связь с психическими процессами и свойствами, обеспечивающие выполнение той или иной деятельности;
- уровень структурно-функционального анализа. На данном уровне изучаются отдельные подсистемы и подструктуры деятельности, особенности их взаимодействия, значимость и весомость отдельных компонентов;
- уровень информационного анализа. На данном уровне определяются способы получения необходимой информации, которая является важной для выполнения профессиональных действий;
- психофизиологический уровень анализа. Данный уровень позволяет для изучения физиологических систем, опосредующих деятельность.

Внимание исследователей концепции психофизиологического содержания деятельности сосредотачивается на четырехкомпонентной структуре, как включает в себя: интенциональный компонент, операционный компонент, активационно-регулирующий компонент и базовый компонент

(Cutcliffe, 2003). Деятельность в концепции интегральных психических процессов рассматривается с позиции макроструктуры (Ojaghi, 2017).

В концепции системогенеза рассматривает деятельность как целостную систему ее основных составляющих. Также в рамках этой же концепции деятельность выступает как единство системного, генетического и психологического аспектов деятельности (Wood, 2012). Многие зарубежные и отечественные ученые активно исследуют проблему профессиональной деятельности (Chiles, 2010). На основе анализа их научных трудов можно утверждать, что профессиональная деятельность требует специальной профессиональной подготовки и наличия необходимых личностных качеств (You, 2020). Поскольку именно психологический анализ профессиональной деятельности дает возможность сформировать требования к эмпатии как профессионально важному качеству (Korte, 2018).

### **Материалы и методы исследования**

Для оценки эффективности внедрения социально-психологического тренинга формирования профессиональной эмпатии предпринимателей нами было проведено психодиагностическое исследование. На контрольном этапе эксперимента оно проводилось с помощью такого же набора экспериментальных методик, которые определяют уровень развития и факторы формирования эмпатии, что и на констатирующем этапе исследования. Для подтверждения или опровержения формирующего воздействия нами был проведен сравнительный анализ диагностических результатов констатирующего и формовочного этапов, также для определения статистически значимых сдвигов нами использовался *t*-критерий Вилкоксона.

Для оценки эффективности внедрения социально-психологического тренинга формирования профессиональной эмпатии предпринимателей нами было проведено психодиагностическое исследование в двух группах:

10) Экспериментальная группа (ЭГ), участники которой принимали участие в тренинге. Количество – 28 человек;

11) Контрольная группа (КГ), участники которой не принимали участия в формирующем эксперименте. Количество – 28 человек.

Учебный процесс в экспериментальной группе в целом отличался от контрольной группы поставленной целью, задачами, содержанием и заключался в проведении социально-психологического тренинга формирования профессиональной эмпатии.

Для корректности и получения достоверных результатов формирование групп осуществлено по следующим показателям:

– уровень развития эмпатии, поскольку проверка влияния социально-психологического тренинга формирования профессиональной эмпатии в первую очередь осуществляется по показателю уровня эмпатии, поэтому целесообразно было бы выровнять группы по данному показателю;

– готовность к риску, важное профессиональное качество, которое во взаимосвязи с высоким уровнем эмпатии формирует помогающее поведение;

– стратегии поведения в стрессовых ситуациях, важны будут для того, чтобы определить сможет ли предприниматель в стрессовой ситуации контролировать себя для оказания помощи;

– уровень мотивации достижения успеха и избегания неудач, что позволяет определить, насколько предприниматели будут мотивированы на достижение успеха в решении эмпатогенной ситуации;

– невротичность, спонтанная агрессивность, раздражительность, общительность, уравновешенность, застенчивость, открытость, эмоциональная лабильность – это те свойства и качества личности, которые, как показали результаты констатирующего этапа, оказывают влияние на формирование эмпатии или мешают ее адекватному развитию;

– уровень нервно-психической устойчивости, важный показатель в структуре личности предпринимателя, поскольку она помогает сопротивляться негативным факторам профессиональной деятельности, мобилизовать силы и оказать помощь пострадавшим.

Такой подход дает возможность говорить об эффективности внедрения социально-психологического тренинга формирования профессиональной эмпатии, поскольку воздействие осуществляется на все факторы, способствующие формированию эмпатии и на факторы, которые снижают ее уровень.

Диагностическое исследование на контрольном этапе эксперимента проводилось с помощью такого же набора экспериментальных методик, определяющих уровень развития и факторы формирования эмпатии, что и на констатирующем этапе исследования. Для подтверждения или опровержения формирующего воздействия нами был проведен качественный анализ диагностических результатов констатирующего и контрольного этапов, также для определения статистически значимых сдвигов нами использовался t-критерий Вилкоксона.

### Результаты и обсуждение

Результаты контрольного среза свидетельствуют о положительном влиянии внедрения социально-психологического тренинга формирования профессиональной эмпатии предпринимателей.

Для полноты представлений об изменениях, которые произошли в экспериментальной группе после формирующего воздействия и в контрольной, которая не принимала участия в тренинге, сравним их результаты. В табл. 1 представлены результаты изменений уровня эмпатии в контрольной и экспериментальной группах.

Таблица 1. Результаты изменений уровня эмпатии в контрольной и экспериментальной группах (%)

Показатели	КГ n=28			ЭГ n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Очень высокий уровень эмпатии	18	12	-6	0	7	+7
Высокий уровень эмпатии	32	32	0	7	25	+18
Нормальный уровень эмпатии	25	22	-3	32	43	+11
Низкий уровень эмпатии	18	21	-3	39	18	-21
Очень низкий уровень эмпатии	7	7	0	22	7	-15

Как видим из табл. 1, у экспериментальной группы показатели эмпатии повысились, в отличие от контрольной группы, где наблюдается незначительное снижение.

Рассмотрим подробнее результаты контрольного среза уровня эмпатии у предпринимателей экспериментальной группы. На рисунке 1 видим, что уровень эмпатии существенно вырос.

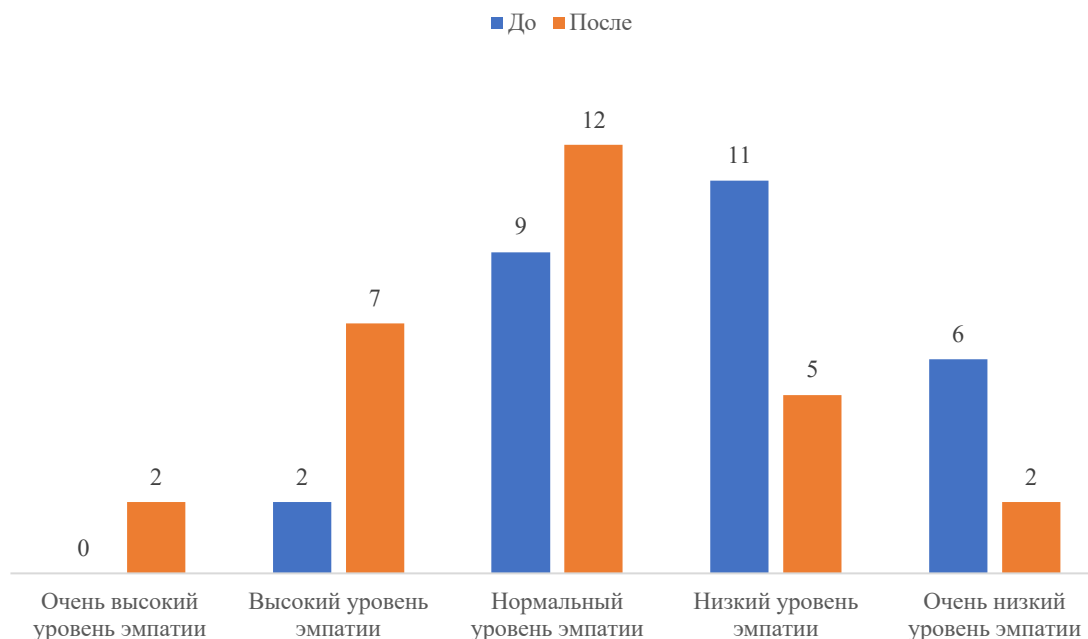


Рисунок 1. Диаграмма распределения уровней эмпатии экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента

Как видим, у участников формирующего эксперимента очень высокий уровень эмпатии вырос на 7%. Положительные изменения наблюдаются и на высоком уровне эмпатии, ведь в общем он вырос на 18%. Показатели нормального (среднего) уровня эмпатии также увеличились на 11%. Поэтому показатели низкого и очень низкого уровней эмпатии уменьшились на 21% и 15% соответственно.

Результаты диагностики готовности к риску позволяют говорить об имеющихся изменениях как в экспериментальной, так и контрольной группах. Как видим из таблицы 2 в контрольной группе наблюдается повышение по показателю «слишком осторожны» на 6% и незначительное снижение готовности к риску на 3%.

Таблица 2. Результаты изменений готовности к риску в контрольной и экспериментальной группах (%)

Показатели	КГ n=28			ЭГ группа n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Слишком осторожны	22	28	+6	46	25	-21
Средний уровень готовности к риску	39	36	-3	36	36	0
Готовность к риску	39	36	-3	18	39	+21

Детальные результаты диагностики готовности к риску в экспериментальной группе представлены на рисунке 2. Показатели чрезмерной осторожности, на фоне повышения уверенности и ассертивности, снизились на 21%. Показатели готовности к риску в зависимости от ситуации остались без изменений. Уровень готовности к риску заметно повысился (21%).

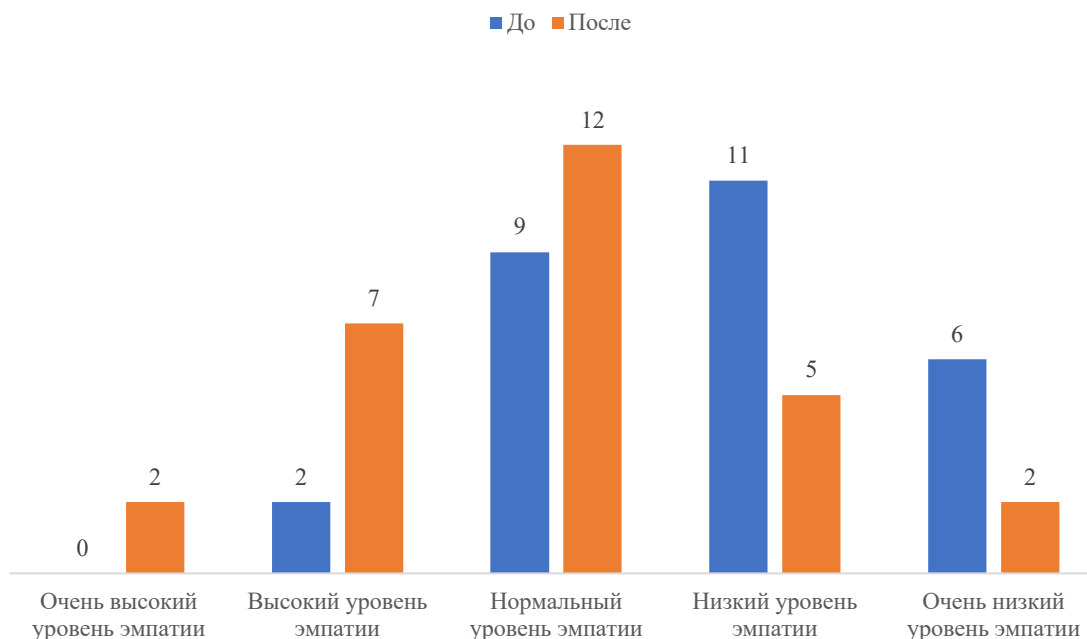


Рисунок 2. Диаграмма распределения показателей готовности к риску экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента

Стратегии поведения в стрессовых ситуациях также претерпели изменения, о чем свидетельствуют результаты, приведенные в таблице 3. Однако в контрольной группе изменения не слишком значительные, в отличие от экспериментальной.

Таблица 3. Результаты изменений стратегий поведения в стрессовых ситуациях в контрольной и экспериментальной группах (%)

Показатели	КГ n=28			ЭГ группа n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Ассертивные действия	21	18	-3	4	25	+21
Поиск социальной поддержки	18	21	+3	4	10	+6
Установление социального контакта	25	29	+3	0	18	+11
Осторожные действия	7	3	-4	18	11	-7
Импульсивные действия	4	3	-1	18	11	-7
Избегание	7	7	0	21	11	-10
Манипулятивные действия	7	11	+4	14	7	-7
Асоциальные действия	4	4	0	7	0	-7
Агрессивные действия	7	4	-3	14	7	-7

На рисунке 3 представлены результаты исследования поведения в стрессовых ситуациях. Видим, что существенно выросли показатели ассертивных действий (21%), поиска социальной поддержки (6%) и установления социального контакта (18%). Как видим, предприниматели стали увереннее и научились легко устанавливать социальные связи. Положительным является то, что на 7% снизились результаты по таким показателям, как осторожные действия, импульсивные действия, манипулятивные действия, асоциальные и агрессивные действия. Также видим, что стало на 10% меньше респондентов, избегающих решения стрессовых ситуаций.

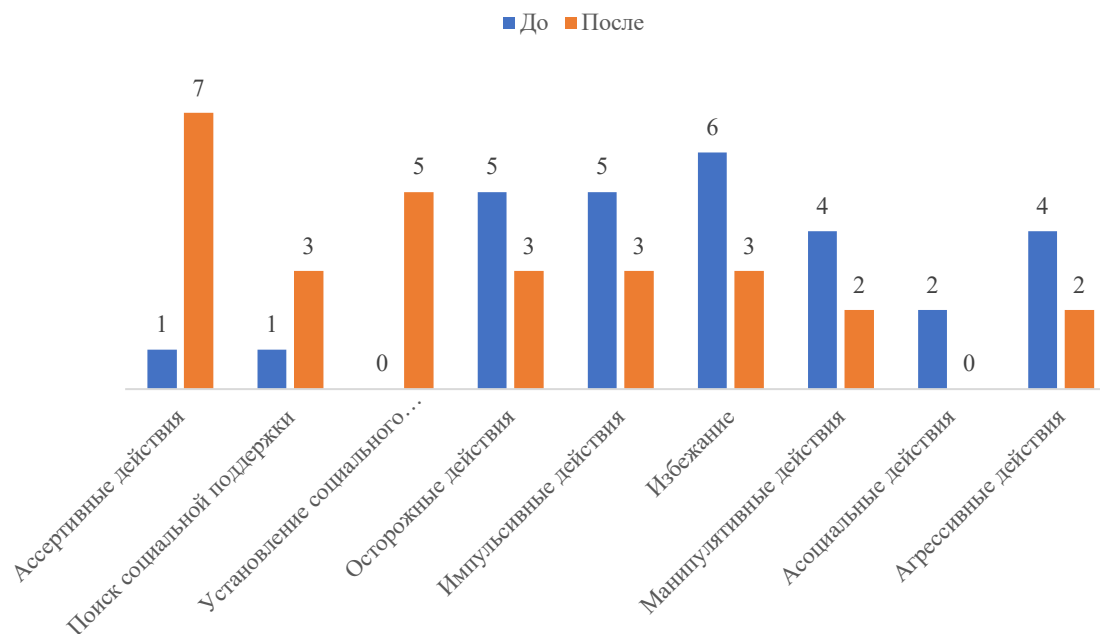


Рисунок 3. Диаграмма распределения копинг-стратегий экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента

Мотивация достижения успеха и избегания неудач оказывают значительное влияние на формирование профессиональной эмпатии предпринимателей. Поэтому целесообразно было бы проверить изменения этих показателей. В таблицах 4-5 представлены результаты мотивации достижения успеха и избегания неудач.

Таблица 4. Результаты изменений уровня мотивации достижения успеха в контрольной и экспериментальной группах (%)

Показатели	КГ n=28			ЭГ группа n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Слишком высокий уровень мотивации достижения успеха	36	32	-4	21	18	-3
Высокий уровень мотивации достижения успеха	32	29	-3	18	32	+14
Средний уровень мотивации достижения успеха	18	21	+3	25	36	+11
Низкий уровень мотивации достижения успеха	14	18	+4	36	14	-22

Как видим из таблицы 4, в контрольной группе не отслеживаются существенных изменений в мотивации достижения успеха.

Таблица 5. Результаты изменений уровня мотивации избегания неудач в контрольной и экспериментальной группах (%)

Показатели	КГ n=28			ЭГ группа n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Слишком высокий уровень мотивации избегания неудач	18	12	-6	0	7	+7
Умеренно высокий уровень мотивации избегания неудач	32	32	0	7	25	+18

Средний уровень мотивации избегания неудач	25	22	-3	32	43	+11
Низкий уровень мотивации избегания неудач	18	21	-3	39	18	-21

Уровень мотивации избегания неудач в контрольной группе имеет незначительные изменения, а именно, слишком высокий уровень мотивации избегания неудач снизился лишь на 6%.

На рисунках 4 и 5 можем увидеть, как изменились показатели уровня мотивации достижения успеха и избегания неудач в экспериментальной группе.

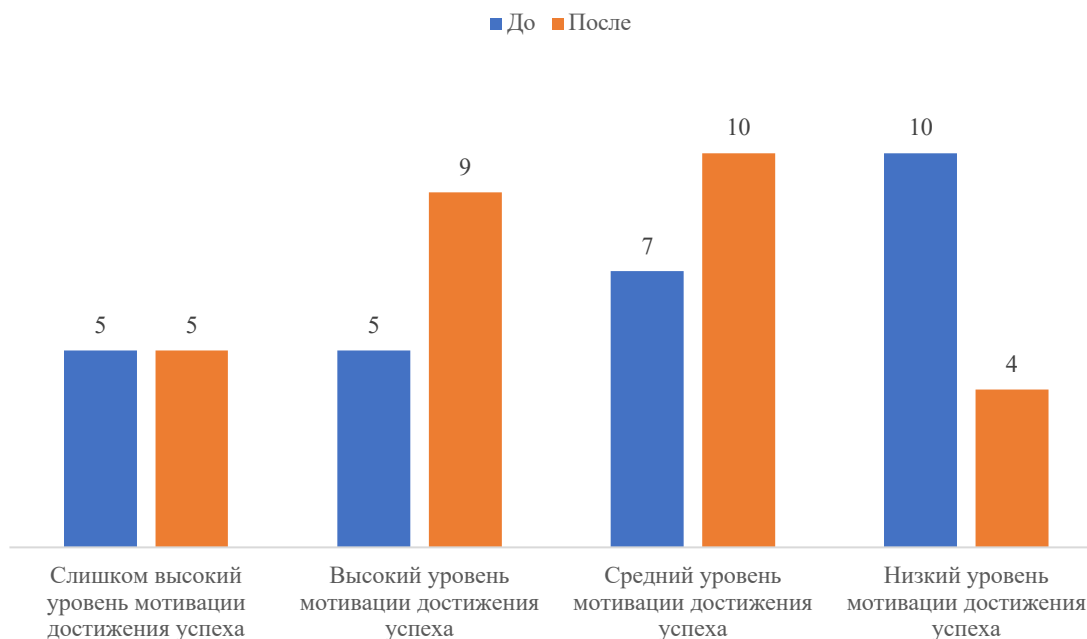


Рисунок 4. Результаты распределения уровней мотивации достижения успеха экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента

В табл. 6 представлены результаты изменений уровня пространственных представлений в контрольной и экспериментальной группах. Как видим, в контрольной группе наблюдается снижение высокого уровня пространственных представлений лишь на 4%.

Однако показатели низкого уровня пространственных представлений увеличились тоже на 4%.

Таблица 6. Результаты изменений уровня пространственных представлений в контрольной и экспериментальной группах (%)

Показатели	КГ n=28			ЭГ группа n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Высокий уровень пространственных представлений	43	39	-4	29	39	+10
Средний уровень пространственных представлений	39	39	0	39	43	+4
Низкий уровень пространственных представлений	18	22	+4	32	18	-14

На рисунке 6 представлены результаты контрольного среза исследования уровня пространственных представлений. Можем говорить о тенденции повышения уровня пространственных представлений. А именно, высокий уровень пространственных представлений вырос на 10% и средний на 4%. Зато уменьшились показатели низкого уровня пространственных представлений на 14%.



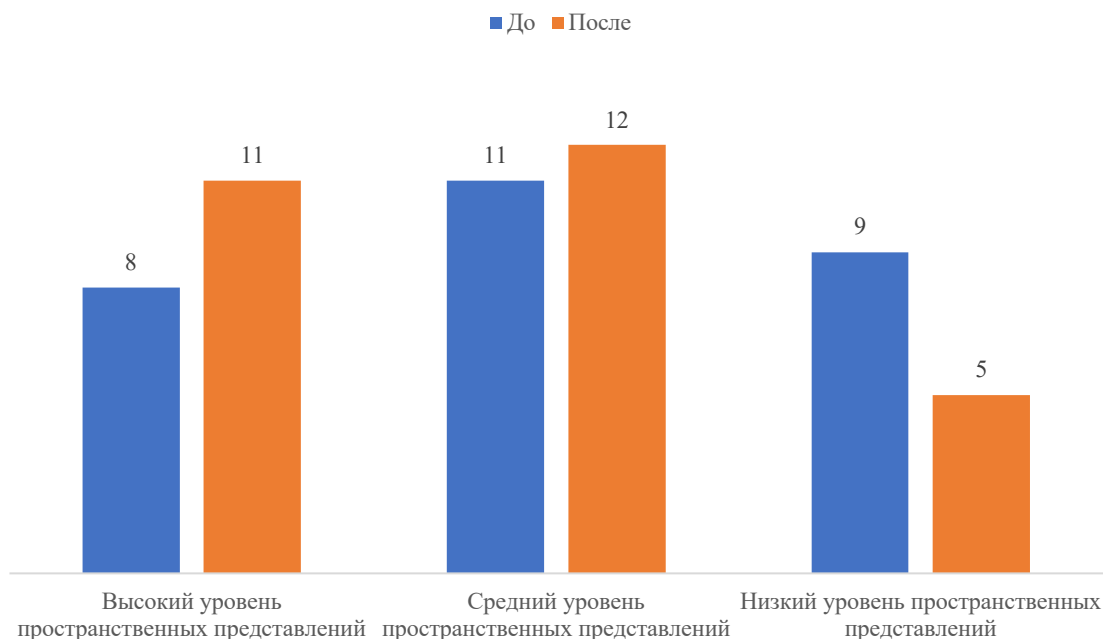


Рисунок 6. Результаты распределения уровней пространственных представлений экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента

Положительные результаты по показателям пространственных представлений объясняются тем, что в тренинге были использованы упражнения, направленные на развитие профессиональной эмпатии. То есть создавалась эмпатогенная ситуация на тренировочной площадке для предпринимателей.

Нами также было определено, что важным в профессиональной деятельности и формирования эмпатии предпринимателей является уровень нервно-психической устойчивости. В табл. 7 видим, что положительные изменения наблюдаются в двух группах. Тем не менее, результаты экспериментальной группы несколько выше, чем в контрольной.

Таблица 7. Результаты изменений уровня нервно-психической устойчивости в контрольной и экспериментальной группах (%)

Показатели	КГ n=28			ЭГ группа n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Высокий уровень нервно-психической устойчивости	21	25	+4	7	14	+7
Нормальный уровень нервно-психической устойчивости	29	25	-4	18	25	+7
Удовлетворительный уровень нервно-психической устойчивости	25	29	+4	43	32	-11
Низкий уровень нервно-психической устойчивости	25	21	-4	32	29	-3

Как видим, на рисунке 7, в результате формирующего влияния высокий и нормальный уровни нервно-психической устойчивости повысились на 7%, а удовлетворительный и низкий уровни нервно-психической устойчивости изменились в положительную сторону на 11% и 3% соответственно.

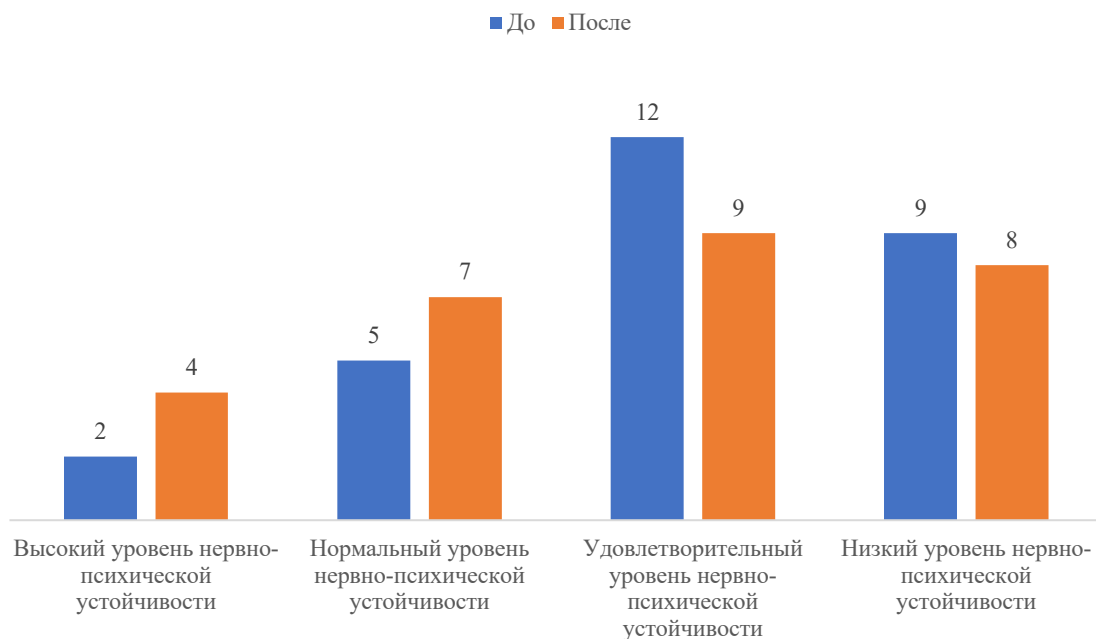


Рисунок 7. Результаты распределения уровней нервно-психической устойчивости экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента

Важными для профессиональной деятельности будут также личностные качества. Поскольку от них будет зависеть много ключевых моментов в осуществлении вспомогательных действий. В табл. 8 видим, что значительных изменений в исследуемых личностных качествах контрольной группы не наблюдается.

Таблица 8. Результаты изменений уровня эмпатии в контрольной и экспериментальной группах (%)

Показатели	КГ n=28			ЭГ группа n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Невротичность	7	3	-4	18	11	-7
Спонтанная агрессивность	3	7	+4	14	7	-7
Раздражительность	11	14	+3	21	11	-10
Коммуникабельность	25	18	-7	4	21	+17
Уравновешенность	18	18	0	4	18	+14
Стыдливость	11	11	0	14	4	-10
Открытость	21	25	+4	4	21	+17
Эмоциональная лабильность	4	4	0	21	7	-14

После формирующего эксперимента имеем возможность говорить о наличии изменений в личностных качествах и свойствах экспериментальной группы, которые способствуют формированию профессиональной эмпатии предпринимателей. На рисунке 8 представлены количественные результаты формовочного воздействия.

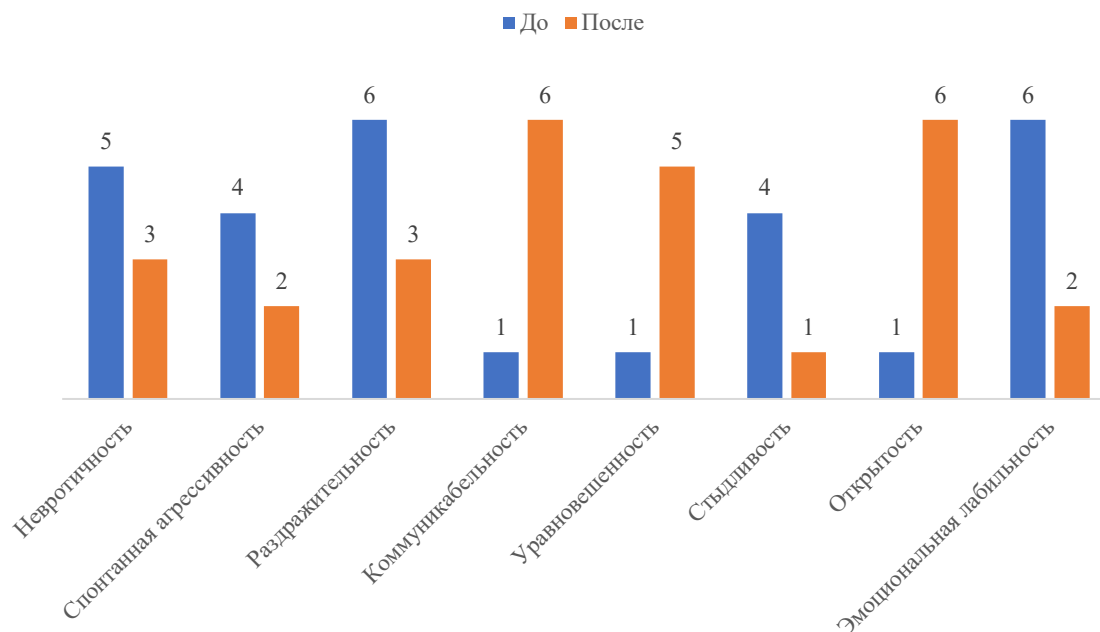


Рисунок 8. Результаты изменений в личностных качествах экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента

Следовательно, изменения произошли по таким показателям, как невротичность (-7%), спонтанная агрессивность (-7%), раздражительность (-10%), коммуникабельность (+10%), уравновешенность (14%), застенчивость (-10%), открытость (+17%) и эмоциональная лабильность (-14%). Подробные результаты приведены на рисунке 8.

Также видим изменения в уровнях эмоционального интеллекта. Так, показатели высокого эмоционального уровня выросли на 17,9%, показатели среднего уровня выросли на 7,2% и показатели низкого эмоционального интеллекта уменьшились на 25,1%. Изменения также наблюдаются по показателям эмоционального интеллекта. А именно, показатель «распознавание эмоций других людей» в экспериментальной и контрольной группах вырос на 3,6% и 3,5% соответственно, показатель «управление своими эмоциями» в экспериментальной группе вырос на 7,2%, тогда как в контрольной – снизился на 3,5%. В экспериментальной группе показатель «самотивация» вырос на 3,6%, а в контрольной группе остался без изменений. Показатель «эмпатия» в контрольной группе снизился на 3,5%, тогда как в экспериментальной группе наблюдается повышение на 7,1%. Показатель «эмоциональная осведомленность» демонстрирует тенденцию к повышению на 3,5% в контрольной и экспериментальной группах. Подробные результаты представлены в таблице 9.

Таблица 9. Результаты изменений уровня эмпатии в контрольной и экспериментальной группах (%).

Показатели	КГ n=28			ЭГ группа n=28		
	До	После	Изменение	До	После	Изменение
Высокий уровень эмоционального интеллекта	28,6	32,1	3,5	25	42,9	17,9
Средний уровень эмоционального интеллекта	39,3	35,8	-3,5	35,7	42,9	7,2
Низкий уровень эмоционального интеллекта	32,1	32,1	0	39,3	14,2	25,1
Распознавание эмоций других людей	28,6	32,1	3,5	32,1	35,7	3,6
Управление своими эмоциями	21,4	17,9	-3,5	21,4	28,6	7,2
Самотивация	17,9	17,9	0	21,4	25	3,6

Эмпатия	21,4	17,9	-3,5	17,9	25	7,1
Эмоциональная осведомленность	17,9	21,4	3,5	17,9	21,4	3,5

На рис. 9. видим количественные показатели результатов формирующего воздействия на уровне эмоционального интеллекта.

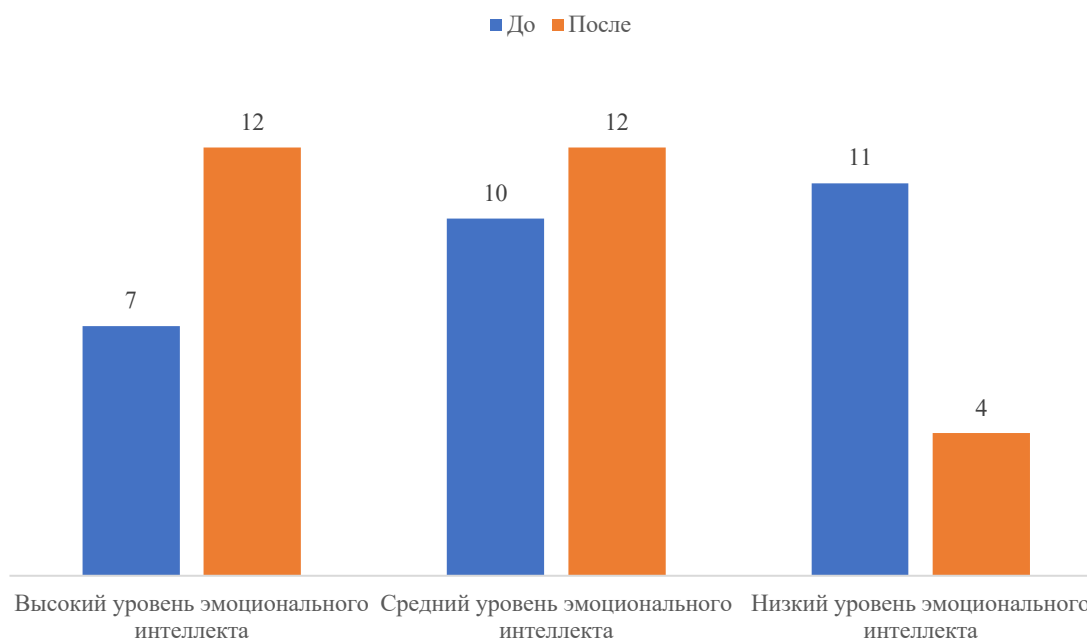


Рисунок 9. Результаты изменений в личностных качествах экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента

При проведении формирующего и контрольного экспериментов возникает необходимость использования статистического критерия для оценки сдвигов значения исследуемых критериев. В нашем случае есть необходимость определить, произошли ли статистически значимые изменения в экспериментальной группе после проведения социально-психологического тренинга. Поэтому нами был осуществлен статистический анализ с помощью t-критерия Вилкоксона.

В таблицах 10-18 приведены результаты исследования наличия статистически значимых сдвигов после проведения социально-психологического тренинга формирования профессиональной эмпатии с помощью t-критерия Вилкоксона.

Таблица 10. Результаты определения статистически значимых сдвигов показателей уровня эмпатии по t-критерию Вилкоксона

Показатели	t	P
Очень высокий уровень эмпатии	-2,563 <sup>a</sup>	,023
Высокий уровень эмпатии	-5,589 <sup>a</sup>	,000
Нормальный уровень эмпатии	-3,121 <sup>a</sup>	,002
Низкий уровень эмпатии	-4,942 <sup>b</sup>	,000
Очень низкий уровень эмпатии	-3,091 <sup>b</sup>	,002

Как видно из табл. 10, проведение социально-психологического тренинга формирования профессиональной эмпатии предпринимателей способствовало повышению уровня эмпатии в целом. Видим, что наиболее статистически значимые изменения произошли по показателям «высокий уровень эмпатии» ( $p < 0,001$ ) и «низкий уровень эмпатии» ( $p < 0,001$ ). Изменения также произошли по показателям

«очень высокий уровень эмпатии», «нормальный уровень эмпатии» и «очень низкий уровень эмпатии» ( $p < 0,01$ ).

Результаты определения статистически значимых сдвигов показателей готовности к риску по t-критерию Вилкоксона позволяют подтвердить наличие позитивных изменений.

Таблица 11. Результаты определения статистически значимых сдвигов показателей готовности к риску по t-критерию Вилкоксона

Показатели	t	P
Слишком осторожны	-4,913 <sup>b</sup>	,000
Средний уровень готовности к риску	-2,238 <sup>a</sup>	,025
Готовность к риску	-5,841 <sup>a</sup>	,000

Как видим, в табл. 11 положительные изменения произошли по показателям «слишком осторожны» и «готовность к риску» ( $p < 0,001$ ). Средний уровень готовности к риску остался без существенных изменений.

Наличие положительных изменений позволяют засвидетельствовать результаты определения статистически значимых сдвигов показателей мотивации достижения успеха по t-критерию Вилкоксона, которые представлены в табл. 12.

Таблица 12. Результаты определения статистически значимых сдвигов показателей мотивации достижения успеха по t-критерию Вилкоксона

Показатели	t	P
Слишком высокий уровень мотивации достижения успеха	-2,705 <sup>b</sup>	,007
Высокий уровень мотивации достижения успеха	-3,101 <sup>a</sup>	,002
Средний уровень мотивации достижения успеха	-3,098 <sup>a</sup>	,002
Низкий уровень мотивации достижения успеха	-5,121 <sup>b</sup>	,000

Как видно из табл. 12, изменения произошли по всем показателям, однако с разной статистической значимостью. Наибольшие изменения претерпел показатель «низкий уровень мотивации достижения успеха» ( $p < 0,001$ ), а показатели «слишком высокий уровень мотивации достижения успеха», «высокий уровень мотивации достижения успеха» и «средний уровень мотивации достижения успеха» демонстрируют изменения с более низким уровнем статистических значений ( $p < 0,01$ ).

В табл. 13 представлены результаты определения статистически значимых сдвигов показателей мотивации избегания неудач по t-критерию Вилкоксона.

Таблица 13. Результаты определения статистически значимых сдвигов показателей мотивации избегания неудач по t-критерию Вилкоксона.

Показатели	t	p
Слишком высокий уровень мотивации избегания неудач	-3,202 <sup>b</sup>	,001
Умеренно высокий уровень мотивации избегания неудач	-2,653 <sup>b</sup>	,006
Средний уровень мотивации избегания неудач	-2,271 <sup>a</sup>	,023
Низкий уровень мотивации избегания неудач	-2,921 <sup>a</sup>	,005

Как видим в табл. 13 все уровни мотивации подверглись изменениям. Показатели «слишком высокий уровень мотивации избегания неудач», «умеренно высокий уровень мотивации избегания неудач» и «низкий уровень мотивации избегания неудач» больше всего подверглись положительным изменениям ( $p < 0,01$ ), а показатель «средний уровень мотивации избегания неудач» несколько меньше претерпел изменений ( $p < 0,05$ ).

В табл. 14 представлены результаты определения статистически значимых сдвигов личностных свойств по t-критерию Вилкоксона. Можем утверждать, что в той или иной степени статистически значимые положительные изменения произошли.

Таблица 14. Результаты определения статистически значимых сдвигов личностных свойств по t-критерию Вилкоксона.

Показатели	t	p
Невротичность	-2,097 <sup>b</sup>	,032
Спонтанная агрессивность	-2,751 <sup>b</sup>	,005
Раздражительность	-2,367 <sup>b</sup>	,018
Коммуникабельность	-4,891 <sup>a</sup>	,000
Уравновешенность	-3,021 <sup>a</sup>	,002
Стыдливость	-2,398 <sup>b</sup>	,020
Открытость	-4,977 <sup>a</sup>	,000
Эмоциональная лабильность	-2,299 <sup>b</sup>	,022

Как видим, наиболее статистически значимые сдвиги произошли по показателям «общительность» и «открытость» ( $p < 0,001$ ). Несколько меньшие, но тоже положительные изменения произошли по показателям «спонтанная агрессивность», «раздражительность», «уравновешенность», «застенчивость» и «эмоциональная лабильность» ( $p < 0,01$ ). Наименьшее влияние было обнаружено на показатель «невротичность» ( $p < 0,05$ ).

В табл. 15 представлены результаты определения статистически значимых сдвигов стратегий поведения в стрессовых ситуациях по t-критерию Вилкоксона.

Таблица 15. Результаты определения статистически значимых сдвигов стратегий поведения в стрессовых ситуациях по t-критерию Вилкоксона

Показатели	t	p
Ассертивные действия	-5,693 <sup>a</sup>	,000
Поиск социальной поддержки	-2,736 <sup>a</sup>	,007
Установление социального контакта	-4,921 <sup>a</sup>	,000
Осторожные действия	-2,568 <sup>b</sup>	,008
Импульсивные действия	-2,121 <sup>b</sup>	,021
Избегание	-2,726 <sup>b</sup>	,007
Манипулятивные действия	-2,279 <sup>b</sup>	,022
Асоциальные действия	-2,598 <sup>b</sup>	,009
Агрессивные действия	-3,921 <sup>b</sup>	,000

Из табл. 15 видно, что проведение социально-психологического тренинга позволило положительно повлиять на выбор стратегий поведения в стрессовых ситуациях. Наиболее статистически значимые изменения наблюдаются по следующим показателям «ассертивные действия» ( $p < 0,001$ ), «установление социального контакта» ( $p < 0,001$ ), «агрессивные действия» ( $p < 0,001$ ). Менее весомые, однако, статически значимые изменения, произошедшие по показателям «поиск социальной поддержки» ( $p < 0,01$ ), «осторожные действия» ( $p < 0,01$ ), «избегание» ( $p < 0,01$ ) и «асоциальные действия» ( $p < 0,01$ ). Наименьшие изменения произошли по показателям «импульсивные действия» ( $p < 0,05$ ) и «манипулятивные действия» ( $p < 0,05$ ).

Таблица 16. Результаты определения статистически значимых сдвигов в уровнях пространственных представлений по t-критерию Вилкоксона

Показатели	T	p
Высокий уровень пространственных представлений	-2,098 <sup>a</sup>	,032
Средний уровень пространственных представлений	-2,071 <sup>a</sup>	,036
Низкий уровень пространственных представлений	-3,028 <sup>b</sup>	,002

Из табл. 16 видно, что статистически значимых сдвигов в уровнях пространственных представлений по t-критерию Вилкоксона не произошло, кроме показателя «низкий уровень пространственных представлений» ( $p < 0,01$ ). Хотя и не большие, однако статистически значимые сдвиги произошли по показателям «низкий уровень пространственных представлений» ( $p < 0,05$ ) и «средний уровень пространственных представлений» ( $p < 0,05$ ).

В табл. 17 представлены результаты определения статистически значимых сдвигов в уровнях нервно психической устойчивости по t-критерию Вилкоксона. Видим, что наблюдаются положительные изменения по всем показателям ( $p < 0,05$ ).

Таблица 17. Результаты определения статистически значимых сдвигов в уровнях нервно психической устойчивости по t-критерию Вилкоксона

Показатели	t	P
Высокий уровень нервно психической устойчивости	-3,061 <sup>a</sup>	,002
Нормальный уровень нервно психической устойчивости	-3,171 <sup>a</sup>	,001
Удовлетворительный уровень нервно психической устойчивости	-2,662 <sup>b</sup>	,009
Низкий уровень нервно психической устойчивости	-2,584 <sup>b</sup>	,011

Результаты определения статистически значимых сдвигов в уровнях и показателях эмоционального интеллекта по t-критерию Вилкоксона приведены в табл. 18. Как видим, статистически значимые изменения произошли по показателям «высокий уровень эмоционального интеллекта» ( $p < 0,05$ ), «средний уровень эмоционального интеллекта» ( $p < 0,05$ ), «низкий уровень эмоционального интеллекта» ( $p < 0,05$ ). Что касается показателей эмоционального интеллекта, то они также претерпели изменения.

Таблица 18. Результаты определения статистически значимых сдвигов в уровнях и показателях эмоционального интеллекта по t-критерию Вилкоксона

Показатели	t	p
Высокий уровень эмоционального интеллекта	-2,684 <sup>a</sup>	,009
Средний уровень эмоционального интеллекта	-2,821 <sup>a</sup>	,005
Низкий уровень эмоционального интеллекта	-2,568 <sup>b</sup>	,011
Распознавание эмоций других людей	-2,193 <sup>a</sup>	,021
Управление своими эмоциями	-2,828 <sup>a</sup>	,005
Самотивация	-2,163 <sup>a</sup>	,025
Эмпатия	-3,621 <sup>a</sup>	,000
Эмоциональная осведомленность	-2,693 <sup>a</sup>	,009

На основе качественного анализа и результатов t-критерия Вилкоксона можем говорить о том, что внедрение социально-психологического тренинга способствовало формированию всех компонентов профессиональной эмпатии у предпринимателей.

Предприниматели стали более уверенными, склонны к ассертивным действиям, более мотивированы на достижение успеха, повысили умение устанавливать социальный контакт. Стали менее агрессивными и раздражительными, лишились асоциальных проявлений. Также направлены на

решение жизненных проблем, а не на их избегание. Проявили более высокие результаты по показателям «коммуникабельность» и «открытость».

### **Заключение**

Приведены концептуальные основы комплексной программы социально-психологического формирования профессиональной эмпатии предпринимателей и проведен анализ ее эффективности. При построении программы формирования профессиональной эмпатии предпринимателей применен комплексный подход с учетом особенностей их профессиональной деятельности. В экспериментальную и контрольную группы вошло по 28 исследуемых соответственно (отбор в группы происходил по принципу добровольности).

В комплексную социально-психологическую программу формирования профессиональной эмпатии предпринимателей были включены разнообразные упражнения и техники, в частности, арт-терапевтические, групповые дискуссии, мини-лекции для углубления знаний по проблеме эмпатии и ее важности в личностном и профессиональном росте; игровые методы (ситуационно-ролевые, ролевые игры и пр), психологические рисунки, психогимнастика (движение), релаксация, медитация и визуализация, методы аутогенной тренировки.

Оценка эффективности результатов формирующего воздействия проводилась с помощью качественного анализа с применением математического критерия обработки статистических данных *t*-критерий Вилкоксона для зависимых выборок по следующим показателям: уровень развития эмпатии; готовность к риску; стратегии поведения в стрессовых ситуациях; уровень мотивации достижения успеха и избегания неудач; невротичность, спонтанная агрессивность, раздражительность, общительность, уравновешенность, застенчивость, открытость, эмоциональная лабильность; уровень нервно-психической устойчивости.

Констатировано положительное влияние мер формирующего воздействия у респондентов экспериментальной группы. Так, статистически значимые изменения произошли по таким параметрам, как «высокий уровень эмпатии», «низкий уровень эмпатии», «слишком осторожны», «готовность к риску», «низкий уровень мотивации достижения успеха», «коммуникабельность», «открытость», «ассертивные действия», «установление социального контакта» и «агрессивные действия».

Также изменения произошли по таким показателям: «слишком высокий уровень мотивации достижения успеха», «высокий мотивации достижения успеха» и «средний уровень мотивации достижения успеха», «слишком высокий уровень мотивации избегания неудач» «умеренно высокий уровень мотивации избегания неудач», «низкий уровень мотивации избегания неудач», «средний уровень мотивации избегания неудач», «спонтанная агрессивность», «раздражительность», «уравновешенность», «застенчивость», «эмоциональная лабильность», «невротичность», «поиск социальной поддержки», «осторожные действия», «избегание», «асоциальные действия», «импульсивные действия», «манипулятивные действия», «низкий уровень пространственных представлений», «низкий уровень пространственных представлений», «средний уровень пространственных представлений», «высокий уровень эмоционального интеллекта», «средний уровень эмоционального интеллекта», «низкий уровень эмоционального интеллекта».

В целом, результаты внедрения программы подтвердили целесообразность и эффективность ее использования для повышения уровня профессиональной эмпатии предпринимателей.

### **Список литературы**

1. Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333–350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004>
2. Camuffo, A., Gerli, F., & Gubitta, P. (2012). Competencies matter: Modeling effective entrepreneurship in northeast of Italy small firms. *Cross Cultural Management*, 19(1), 48–66. <https://doi.org/10.1108/13527601211195628>



3. Chang, J. Y. C., Benamraoui, A., & Rieple, A. (2014). Stimulating learning about social entrepreneurship through income generation projects. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 20(5), 417–437. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2012-0111>
4. Chiles, T. H., Tuggle, C. S., McMullen, J. S., Bierman, L., & Greening, D. W. (2010). Dynamic creation: Extending the radical austrian approach to entrepreneurship. *Organization Studies*, 31(1), 7–46. <https://doi.org/10.1177/0170840609346923>
5. Cutcliffe, J. R. (2003). Reconsidering reflexivity: Introducing the case for intellectual entrepreneurship. *Qualitative Health Research*, 13(1), 136–148. <https://doi.org/10.1177/1049732302239416>
6. Groch, K., Gerdes, K. E., Segal, E. A., & Groch, M. (2012). The Grassroots Londolosi Model of African Development: Social Empathy in Action. *Journal of Community Practice*, 20(1–2), 154–177. <https://doi.org/10.1080/10705422.2012.644207>
7. Hockerts, K. (2018). The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(3), 234–256. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1498377>
8. Korte, R., Smith, K. A., & Li, C. Q. (2018). The role of empathy in entrepreneurship: A core competency of the entrepreneurial mindset. *Advances in Engineering Education*, 7(1).
9. Le, T. T., Nguyen, T. N. Q., & Tran, Q. H. M. (2020). When giving is good for encouraging social entrepreneurship. *Australasian Marketing Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.005>
10. Luo, J., Pey, K. L., & Wood, K. (2018). Crowdfunding campaign as a design-based pedagogical approach for experiential learning of technology entrepreneurship. In *Proceedings of the ASME Design Engineering Technical Conference (Vol. 3)*. <https://doi.org/10.1115/DETC2018-85532>
11. Ojaghi, S., Rezaee, B., Naderi, N., & Jafari, H. (2017). Entrepreneurship education service quality in universities based on servqual model. *Malaysian Online Journal of Educational Management*, 5(2), 60–74. <https://doi.org/10.22452/mojem.vol5no2.4>
12. Peterlin, J. (2019). Social entrepreneurship as social innovation management of sustainable development global goals. In *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE (Vol. 2, pp. 782–787)*. <https://doi.org/10.34190/ECIE.19.222>
13. Rashid, T. (2006). Relationship marketing and entrepreneurship: South Asian businesses in the UK. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3(3–4), 417–426. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2006.009284>
14. Razavi, S. M., Esfandabadi, H. M., Esfandabadi, A. M., & Ekbatani, H. (2014). An investigation of the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in Saipa Sazehgostar Company. *World Applied Sciences Journal*, 32(3), 465–471. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2014.32.03.1641>
15. Sherman, C. L., Arseneau, E., & Kauanui, S. K. (2018). Examining the transformational power of entrepreneurship. *Handbook of Personal and Organizational Transformation (Vol. 2)*. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-66893-2\\_60](https://doi.org/10.1007/978-3-319-66893-2_60)
16. Urban, B., & Galawe, J. (2019). The mediating effect of self-efficacy on the relationship between moral judgement, empathy and social opportunity recognition in South Africa. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(2), 349–372. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2019-0271>
17. Wood, S. (2012). Prone to progress: Using personality to identify supporters of innovative social entrepreneurship. *Journal of Public Policy and Marketing*, 31(1), 129–141. <https://doi.org/10.1509/jppm.11.060>
18. You, T.-H., & You, Y.-Y. (2020). The effect of entrepreneurship on the sustainability of social small and medium enterprises (SMEs)-Between the mediating effects of government support policy in Korea. *Research in World Economy*, 11(2), 112–121. <https://doi.org/10.5430/rwe.v11n2p112>
19. Younis, A., Xiaobao, P., Nadeem, M. A., Kanwal, S., Pitafi, A. H., Qiong, G., & Yuzhen, D. (2020). Impact of positivity and empathy on social entrepreneurial intention: The moderating role of perceived social support. *Journal of Public Affairs*. <https://doi.org/10.1002/pa.2124>
20. Zulfqar, S., Nadeem, M. A., Khan, M. K., Anwar, M. A., Iqbal, M. B., & Asmi, F. (2019). Opportunity Recognition Behavior and Readiness of Youth for Social Entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*. <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0201>

## Organizational and pedagogical forms of coordination of positions in legal disputes in international dialogue


**Abdul S. Afghan**

PhD student

Russian Peoples' Friendship University

Moscow, Russia


asbafghan@gmail.com

 0000-0000-0000-0000

Received 15.04.2022

Accepted 12.05.2022

Published 20.06.2022

 10.25726/h1505-3496-6346-v

### Abstract

In business and scientific literature, significant attention is paid to the importance of empathy, i.e. the ability to accept the perspective of another person, putting yourself in his place, for the development of interpersonal relationships. However, there is a risk that in negotiations, the ability to encourage the counterparty to accept the prospect, i.e., the manifestation of empathy, is no less significant success factor. External pressure and aggression cause psychological resistance. Sometimes such resistance takes on grotesque forms, forcing people to take actions directly contrary to their interests, just to demonstrate their independence. The novelty of the study is determined by the fact that negotiations in the conditions of work by an entrepreneur depend on the ability to empathy. The authors show that teaching empathy and raising its level can contribute to improving the quality and success of negotiations, which will result in concluded contracts and, accordingly, increase the efficiency of the entrepreneur. The paper found that empathy in the professional activity of an entrepreneur contributes to the formation of secondary socio-economic indicators of the environment and society. The practical significance of the study is determined by the structure of the formation of the empathic component in the practical activities of business structures in the conditions of overcoming crisis phenomena in the economy.

### Keywords

empathy, entrepreneurship, environment, formation, development.

### References

1. Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333–350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004>
2. Camuffo, A., Gerli, F., & Gubitta, P. (2012). Competencies matter: Modeling effective entrepreneurship in northeast of Italy small firms. *Cross Cultural Management*, 19(1), 48–66. <https://doi.org/10.1108/13527601211195628>
3. Chang, J. Y. C., Benamraoui, A., & Rieple, A. (2014). Stimulating learning about social entrepreneurship through income generation projects. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 20(5), 417–437. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2012-0111>
4. Chiles, T. H., Tuggle, C. S., McMullen, J. S., Bierman, L., & Greening, D. W. (2010). Dynamic creation: Extending the radical austrian approach to entrepreneurship. *Organization Studies*, 31(1), 7–46. <https://doi.org/10.1177/0170840609346923>
5. Cutcliffe, J. R. (2003). Reconsidering reflexivity: Introducing the case for intellectual entrepreneurship. *Qualitative Health Research*, 13(1), 136–148. <https://doi.org/10.1177/1049732302239416>

6. Groch, K., Gerdes, K. E., Segal, E. A., & Groch, M. (2012). The Grassroots Londolozi Model of African Development: Social Empathy in Action. *Journal of Community Practice*, 20(1–2), 154–177. <https://doi.org/10.1080/10705422.2012.644207>
7. Hockerts, K. (2018). The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(3), 234–256. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1498377>
8. Korte, R., Smith, K. A., & Li, C. Q. (2018). The role of empathy in entrepreneurship: A core competency of the entrepreneurial mindset. *Advances in Engineering Education*, 7(1).
9. Le, T. T., Nguyen, T. N. Q., & Tran, Q. H. M. (2020). When giving is good for encouraging social entrepreneurship. *Australasian Marketing Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.005>
10. Luo, J., Pey, K. L., & Wood, K. (2018). Crowdfunding campaign as a design-based pedagogical approach for experiential learning of technology entrepreneurship. In *Proceedings of the ASME Design Engineering Technical Conference (Vol. 3)*. <https://doi.org/10.1115/DETC2018-85532>
11. Ojaghi, S., Rezaee, B., Naderi, N., & Jafari, H. (2017). Entrepreneurship education service quality in universities based on servqual model. *Malaysian Online Journal of Educational Management*, 5(2), 60–74. <https://doi.org/10.22452/mojem.vol5no2.4>
12. Peterlin, J. (2019). Social entrepreneurship as social innovation management of sustainable development global goals. In *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE (Vol. 2, pp. 782–787)*. <https://doi.org/10.34190/ECIE.19.222>
13. Rashid, T. (2006). Relationship marketing and entrepreneurship: South Asian businesses in the UK. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3(3–4), 417–426. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2006.009284>
14. Razavi, S. M., Esfandabadi, H. M., Esfandabadi, A. M., & Ekbatani, H. (2014). An investigation of the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in Saipa Sazehgostar Company. *World Applied Sciences Journal*, 32(3), 465–471. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2014.32.03.1641>
15. Sherman, C. L., Arseneau, E., & Kauanui, S. K. (2018). Examining the transformational power of entrepreneurship. *Handbook of Personal and Organizational Transformation (Vol. 2)*. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-66893-2\\_60](https://doi.org/10.1007/978-3-319-66893-2_60)
16. Urban, B., & Galawe, J. (2019). The mediating effect of self-efficacy on the relationship between moral judgement, empathy and social opportunity recognition in South Africa. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(2), 349–372. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2019-0271>
17. Wood, S. (2012). Prone to progress: Using personality to identify supporters of innovative social entrepreneurship. *Journal of Public Policy and Marketing*, 31(1), 129–141. <https://doi.org/10.1509/jppm.11.060>
18. You, T.-H., & You, Y.-Y. (2020). The effect of entrepreneurship on the sustainability of social small and medium enterprises (SMEs)-Between the mediating effects of government support policy in Korea. *Research in World Economy*, 11(2), 112–121. <https://doi.org/10.5430/rwe.v11n2p112>
19. Younis, A., Xiaobao, P., Nadeem, M. A., Kanwal, S., Pitafi, A. H., Qiong, G., & Yuzhen, D. (2020). Impact of positivity and empathy on social entrepreneurial intention: The moderating role of perceived social support. *Journal of Public Affairs*. <https://doi.org/10.1002/pa.2124>
20. Zulfiqar, S., Nadeem, M. A., Khan, M. K., Anwar, M. A., Iqbal, M. B., & Asmi, F. (2019). Opportunity Recognition Behavior and Readiness of Youth for Social Entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*. <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0201>