
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 378.1:316.6

Связь имплицитной самоидентификации и намерений студентов в сфере предпринимательства

Зорина Светлана Валерьевна

кандидат психологических наук, доцент, заведующий кафедрой социальной психологии,
Самарский национальный исследовательский университет им. академика С. П. Королева,
Россия, г. Самара. ORCID: 0000-0003-2445-2864. E-mail: Aramitch@mail.ru

Аннотация. Актуальность исследования определяется установлением связи между различными психологическими предпосылками ориентированности студентов на предпринимательскую деятельность, стимулирующую экономический рост, инновационное развитие и решение социальных проблем. Однако не ясно, как соотносятся имплицитные и эксплицитные предикторы студенческой бизнес-активности, что особенно важно для понимания процесса предпочтения предпринимательства карьере наемного работника. Цель исследования заключается в изучении связи имплицитной самоидентификации с позицией предпринимателя и эксплицитными предпринимательскими намерениями студентов.

В эмпирическом исследовании были использованы краткий имплицитный ассоциативный тест (КИАТ), предназначенный для оценки неявной самоидентификации студентов с позицией предпринимателя, и опрос, направленный на определение предпринимательских намерений. КИАТ реализуется посредством компьютерной программы, фиксирующей задержку реакции при отнесении предъявляемых стимулов к четырем категориям: предприниматель, наемный работник, я, другие. Участники распределяют слова в согласованных (Я+Предприниматель, Другие+Наемные работники) и несогласованных (Я+Наемный работник и Другие+Предприниматели) блоках, что позволяет сопоставить силу связей между сравниваемыми категориями. Выборка составила 76 студентов университета (M=20,63, 65,8 % женщины).

В результате получены данные, указывающие на наличие слабо выраженной, но достоверной положительной самоидентификации студентов с положением предпринимателя по сравнению с позицией наемного работника. Эксплицитно измеренные показатели свидетельствуют о включении в карьерные планы предпринимательства и работы по найму в разных организациях в равной степени. Было обнаружено отсутствие связи между предпринимательскими намерениями и имплицитной самоидентификацией, которое интерпретируется как проявление феномена имплицитно-эксплицитной диссоциации. Обнаруженное рассогласование между результатами прямых и косвенных измерений близких, но не тождественных конструктов, может характеризовать ранние стадии самоопределения в сфере предпринимательства.

В заключении указано, что в настоящей работе получены данные о начальном этапе развития профессиональной идентичности; показано, что имплицитная предпринимательская самоидентификация осуществляется в процессе обучения в вузе. Результаты позволяют выбрать мишени психологического сопровождения в процессе подготовки к предпринимательской деятельности в системе высшего образования и определить инструменты оценки отношения студентов к предпринимательству.

Ключевые слова: имплицитная самоидентификация, краткий имплицитный ассоциативный тест, профессиональная идентификация, предпринимательские намерения студентов, предпринимательское поведение.

Введение. В концепции построения и развития экосистемы молодежного предпринимательства в системе высшего образования, разработанной Министерством науки и высшего образования РФ, предусмотрена поддержка студентов от стадии вовлечения обучающихся до этапа сопровождения реализованных бизнес-проектов [8]. В соответствии с концепцией вузы заинтересованы в развитии различных новых для себя форм поддержки предпринимательской деятельности обучающихся: проектных студий, бизнес-инкубаторов, защиты выпускных квалификационных работ в виде стартапа. Психологическое сопровождение развития экоси-

стемы предполагает понимание механизмов формирования готовности к предпринимательской деятельности, предпочтения роли бизнесмена позиции наемного работника, преодоления психологических барьеров, препятствующих созданию собственного дела.

Международные и российские исследования молодежного предпринимательства сосредоточены на поиске причин, способствующих проявлению предпринимательской инициативы как важного фактора жизнеспособности национальной экономики [1; 2; 3; 14]. Не менее значимым является изучение того, каким образом, в результате каких процессов молодые люди становятся предпринимателями. Особенно важно понять процесс складывания психологических предпосылок бизнес-активности на начальных стадиях профессионализации, когда незначительные флуктуации могут оказать влияние на самоопределение молодого человека. Даже слабо выраженная профессиональная самоидентификация, формирующаяся еще до завершения высшего образования, оказывает влияние на выбор возможностей, которые, реализовавшись, укрепляют представления о себе как члене определенной группы и намерения реализовывать профессиональные планы.

Традиционно изучение психологических предикторов предпринимательского поведения осуществляется преимущественно с помощью самоотчета, который обладает рядом общепризнанных ограничений. Прежде всего контролируемые сознанием реакции корректируются под влиянием социальной желательности. Кроме того, респонденты могут дать ответы только относительно тех репрезентаций, которые доступны для самоанализа. Следовательно, интроспективные барьеры могут препятствовать исследованию неявных представлений человека о своей личности [24].

Однако уже достаточно давно разрабатывается группа косвенных методов исследования [24], которые в меньшей степени зависят от самопрезентации, социальной желательности и позволяют оценить конструкции, которые находятся вне преднамеренного и прямого контроля. ИмPLICITные инструменты не получили распространение в изучении вовлечения молодежи в бизнес-активность. Использование таких методов позволит улучшить прогностическую ценность моделей предпринимательского поведения за счет комплексного анализа психологических образований разной степени осознанности, автоматизируемости и контролируемости.

В различных областях активно применяется имPLICITный ассоциативный тест (ИАТ), который предназначен для косвенной оценки психического содержания посредством скорости соотнесения стимулов с двумя категориями и двумя атрибутами [26]. Основная идея заключается в том, что чем теснее связаны категории и атрибуты, тем короче задержка ответа. Изучение процесса неявного ассоциирования себя с позицией предпринимателя позволит уточнить вклад имPLICITных процессов в предпочтение предпринимательского пути и особенности начальных этапов развития профессионального самосознания. Эти результаты необходимы для определения специфики связи между имPLICITными и эксплицитными данными в целях формирования целостного представления о предпосылках выбора предпринимательской деятельности.

А. Г. Гринвальд и соавторы [25] предложили рассматривать социальное знание как общую ассоциативную сеть (структуру социального знания), которая содержит: узел Я, атрибуты, связанные с Я, социальные объекты, а также узлы, представляющие положительную и отрицательную валентность. В рамках этой сети самооценка понимается как связь узла Я с валентностью. Центральным элементом структуры социального знания считается Я-концепция, под которой понимается совокупность всех установок индивида на себя [4]. В операциональном определении Я-концепции, отражающей особенности эмпирической оценки, подчеркивается ассоциирование представлений о себе с одним или несколькими невалентными атрибутами. Совокупность представлений о себе, образованная сетью ассоциативных кластеров, называется имPLICITной Я-концепцией [32]. Эксплицитная Я-концепция включает пропозициональные репрезентации, которые генерируются в процессе рассуждения, например, при поиске ответов на вопросы в анкете, в которой респондентов просят предоставить информацию о себе. Процедура оценки имPLICITной Я-Концепции представляет собой соотнесение примеров атрибутов (традиционно черт личности) с категориями «Я» и «Другие». Данные определения Я-концепции позволяют использовать термин для обозначения результатов измерения силы ассоциаций Я с позицией предпринимателя или наемного работника. Однако представляется более точным использование понятия «самоидентификация» для описания того, каким образом объединяет себя человек с разными социальными ролями.

В российской психологии Я-концепция рассматривается как системное, интегративное образование, состоящее из множества подструктур, исследование которого предполагает использование инструментов, позволяющих оценить системообразующий компонент или последовательную совокупность взаимообусловленных элементов Я-концепции [12]. ИАТ предназначен для измерения определенного аспекта представлений о себе, не претендующего на статус центрального и комплексного – это частично автоматизированные, неявные, аффективные аттитюды относительно объектов, задаваемых множеством конструкторов, выбранных исследователем.

Я-концепция связана с идентичностью, которая складывается в процессе идентификации как эмоционально-когнитивном установлении сходства, тождества человека себя с другими людьми, группами, образцами [11]. В монографии К. В. Патырбаевой с коллегами под идентификацией понимается «...основной механизм социализации индивида, проявляющийся через эмоционально-устойчивое отождествление индивида с группой, социально-профессиональным сообществом, принятие социальной роли, осознание групповой принадлежности, в результате чего индивид утверждает и развивает себя, свое Я» [10, с. 41]. В данном подходе подчеркивается процессуальность идентификации, отражающая становление, достижение устойчивого отношения [15]. В текущем исследовании изучаются студенты, которые не могут обладать сформированной предпринимательской Я-концепцией, а находятся в процессе определения содержания (ценностей, норм, качеств), которое позволит установить свою близость с какой-либо профессиональной группой. Часть «само», добавляемая к слову «идентификация», позволяет подчеркнуть включение Я в описываемый процесс и дифференцировать содержание термина от синонимично обозначаемой операции опознания объекта в результате его сличения с образцом. В зарубежных исследованиях также встречается использование данного словосочетания (*implicit self-identification*) для обозначения результатов измерения при помощи ИАТ силы ассоциаций между целевыми категориями (я/другой) и атрибутами (особенностями личности и поведения) [19].

Таким образом, выбор термина «идентификация» для описания результатов оценки ассоциативной связи себя с социальной позицией определяется: его содержательной трактовкой; процессуальностью, динамичностью; приписыванием статуса механизма, но не системного образования. Безусловно, ограниченный объем исследований позиции личности в традициях аппаратных методов изучения имплицитного социального познания позволяет утверждать необходимость уточнения базовых конструкторов, отражающих скрытые процессы, измеряемые силой ассоциаций между категориями.

Прикладное значение исследования отношения студентов к предпринимательству связано с определением психологических предпосылок различных форм активности в данной сфере. Теория запланированного поведения (ТЭП) рассматривается в качестве валидной модели, определяющей эмпирически обоснованные предикторы предпринимательского поведения [16]. Она включает в себя: аттитюды (отношение в форме оценки приятности, привлекательности и полезности объекта для человека), социальные нормы, самооффективность, которые в совокупности вносят вклад в намерения, реализуемые с учетом конкретной ситуации и социальной среды. В общей сложности три детерминанты модели объясняют более половины дисперсии намерения, но предсказательная сила предикторов меняется от одного контекста к другому [28].

Однако наличие расхождения между компонентами модели и активностью затрудняет использование концепций, апеллирующих к осознаваемым конструкциям в качестве надежного критерия поведения. В двойных моделях постулируется наличие двух процессов, которые конкурируют за поведенческий контроль [20]. Одна система связана с преимущественно автоматическими реакциями, основана на ассоциациях, позволяет делать выбор быстро и вне активного участия сознания. Вторая носит в большей степени контролируемый характер, использует пропозиционные рассуждения, инициирует медленные и требующие усилия размышления. Несмотря на продолжающиеся дискуссии относительно зон ответственности и механизмов двух когнитивных систем, эти теории в общем виде объясняют разрыв между психологическими предикторами и поведенческими критериями [17]. В соответствии с двойными моделями включение в анализ эксплицитных и имплицитных измерений позволяет понять регуляцию поведения разного уровня преднамеренности.

Современные исследования предпринимательской деятельности ориентированы на изучение намерений, которые являются одним из наиболее значимых предикторов биз-

нес-активности молодежи. Безусловно, не все желания и планы реализуются в действиях, однако конструкт намерений отражает динамический итог внутренней подготовки к активности, реализуемой в реальных условиях. Предпринимательские интенции рассматриваются в качестве более надежного маркера предпринимательского поведения, чем другие включенные в модели характеристики: аттитюды, убеждения или личностные качества [29], так как чаще воплощаются в реальных действиях.

В широко известных теориях и моделях намерения рассматриваются, во-первых, как предшествующие поведению, а поэтому непосредственно с ним связанные; во-вторых, как результирующий вектор, комбинация различных факторов, каждый с разным направлением и величиной. То есть интенции интегрируют анцеденты, даже если они разнонаправлены относительно цели. Такой подход показывает центральную роль намерений в предпринимательском поведении.

Многочисленные исследования профессиональной самоидентификации посвящены изучению процесса отождествления себя с профессией, непосредственно связанной с содержанием обучения или реализуемой деятельностью [например, 6; 7; 9]. Задача развития предпринимательства в системе высшего образования предполагает вовлечение в бизнес-активность молодых людей, обучающихся по разным специальностям. В этом случае студенты могут не получать соответствующих упорядоченных знаний и опыта, непосредственно не взаимодействовать с малым и средним бизнесом как сферой деятельности. Такие условия определяют наличие специфики складывания представлений о себе как будущем предпринимателе по сравнению с процессом профессиональной самоидентификации, разворачивающимся на материале, тесно связанным с содержанием образования или деятельности.

Изучение идентификации в сфере предпринимательства является относительно новым направлением исследований, интерес к которому развивается в рамках личностного подхода к намерениям студентов начать свой бизнес [13]. Концентрация внимания исследователей на личностных характеристиках привела к пониманию их ограниченного вклада в предсказание предпринимательского поведения, что побудило к поиску когнитивных и аффективных компонентов моделей, обладающих достаточной предсказательной силой.

С. М. Фермер с соавторами [21] разрабатывают конструкт «стремление к предпринимательской идентичности» (*entrepreneurial identity aspiration*), которое побуждает индивида к обнаружению и использованию возможностей инициации деятельности, связанной с потенциальной идентичностью. Возможное, но еще не реализованное предпринимательское «Я» включает в себя представление о целях и желательных качествах носителя привлекательной роли, которые соотносятся с самим собой. В то время как в большинстве работ изучается развитие идентичности в настоящем, концепция С. М. Фермер акцентирует внимание на отождествлении себя с профессиональной ролью тех людей, которые на данный момент не являются предпринимателями, например, студенты.

В рекурсивной модели [27] предлагается рассматривать предпринимательскую идентификацию в качестве важного предиктора поведения. Идентификация человека с определенной ролью связана с ценностью прототипических социально конструируемых характеристик. Необходимость подтверждения значимости компонентов Я-концепции, организованных вокруг профессии, побуждает человека к формированию намерений к реализации поведения, соответствующего его идентичности, в данном случае предпринимательской.

Ограниченное количество работ не позволяет системно описать развитие предпринимательской самоидентификации молодых людей, не получающих последовательного бизнес-образования или не создающих собственное дело. Однако современные концепции взаимосвязи предпринимательской идентификации и намерений, стремления к предпринимательской идентичности обеспечивают теоретическую основу данного исследования. В доступных публикациях не удалось обнаружить результаты оценки имплицитной предпринимательской самоидентификации обучающихся или специалистов, что затрудняет понимание психологических предпосылок предпочтения бизнес-активности позиции наемного работника. Текущее исследование, направленное на изучение соотношения имплицитного компонента связывания себя с позицией предпринимателя и эксплицитных намерений студентов в сфере бизнеса, призвано расширить представления о связи психологических детерминант деловой активности.

Одним из факторов, влияющих на развитие интенций в сфере бизнеса, являются глубинные убеждения, в частности представления о ролевой идентичности и связанных с ней

конструкциях. Н. Ф. Крюгер [30] подчеркивал их важную роль в изучении начинающих предпринимателей, поскольку именно на ранних стадиях профессионализации глубинные представления могут выступать в качестве ингибиторов или фасилитаторов перехода от намерений к действиям. Меньшая функциональность базовых, возможно, слабо рефлекслируемых убеждений у опытных предпринимателей, обусловлена их коррекцией в процессе практической деятельности.

Профессиональная самоидентификация понимается как процесс выбора и развития позитивной принадлежности человека к какой-либо профессиональной группе, начинающейся еще на этапе обучения. Психологическое содержание термина включает понимание субъекта как источника профессиональных планов, самостоятельного принятия решений, воплощающихся в задачах, инициированных и достигаемых личностью [15]. Благодаря последовательности представлений о себе и своих действиях поддерживается переживание субъектом своей целостности, непрерывности и целенаправленности.

Основываясь на интерпретации намерений как показателя, результирующего вклад психологических предикторов и самоидентификации в качестве процесса, обеспечивающего связность целей и планов с самим собой, мы ожидаем наличие положительной связи между предпринимательскими намерениями и самоидентификацией.

Методики и выборка исследования. В исследовании приняли участие 76 студентов психологического, социологического, биологического, юридического и механико-математического факультетов Самарского университета. Средний возраст участников составил 20,63 года ($SD = 1,13$), 65,8 % женщины.

Исследование осуществлялось индивидуально с использованием ноутбука. Участники знакомились с информированным согласием, сообщали о себе демографические данные, выполняли краткий тест имплицитной ассоциации, выражали свое мнение относительно намерений и карьерных планов.

Исследование самоидентификации студентов с позицией предпринимателя осуществлялось с помощью краткого теста имплицитной ассоциации (КИАТ), реализуемого с помощью компьютерной программы, разработанной в целях исследования [31]. КИАТ – это упрощенный вариант ИАТ, представляющий собой компьютеризированную задачу задержки отклика, предназначенный для измерения относительной силы ассоциаций между двумя парами контрастных понятий. В двух тренировочных блоках участники классифицировали категории: цветы (тюльпан, роза, нарцисс, сирень, лилия), насекомые (таракан, блоха, клоп, паук, клещ) и атрибуты: слова с положительной (радость, счастье, наслаждение, блаженство, любовь) и отрицательной валентностью (яд, зло, отвращение, мерзость, боль). В двух основных блоках, которые предъявлялись дважды, использовались категории: я (я, мой, мое, мне, меня) и другие (он, кто-то, другие, они, она), а также не валентные атрибуты: предприниматель (предприниматель, бизнесмен, собственник фирмы, владелец бизнеса, коммерсант) и наемный работник (работник, сотрудник, подчиненный, служащий, работающий по найму). Совокупность блоков представлена в таблице 1.

Таблица 1

Блоки, использованные в КИАТ

Фокусные категории	Нефокусные категории
Цветы + приятные слова	Насекомые + неприятные слова
Насекомые + приятные слова	Цветы + неприятные слова
Я + предприниматель	Другие + наемный работник
Другие + предприниматель	Я + наемный работник
Я + предприниматель	Другие + наемный работник
Другие + предприниматель	Я + наемный работник

Всего участники сортировали 240 слов, в каждом из шести блоков – по 20 слов. В КИАТ выделяются фокусные категории, которые размещаются на экране при прохождении двух блоков: я + предприниматель и другой + предприниматель. Названия нефокусных категорий не предъявляются испытуемым. Участники получают инструкцию, нажимают на клавишу «Ш» при появлении на экране примеров, относящихся к фокусным категориям, и на клавишу «У» при появлении всех остальных слов. В случае ошибки на экране появляется красный крест, и опрашиваемым следует нажать на другую, правильную клавишу. Предъявление пер-

вого блока и последовательность слов рандомизировались. Выбор фокусных категорий осуществлялся с использованием рекомендаций Б. Носек с коллегами [31].

В рамках ТЭП разработаны апробированные процедуры и методики измерения базовых показателей, которые могут быть задействованы в исследовании ориентированности студентов на предпринимательскую деятельность [22; 23]. Оценка намерений осуществляется с использованием нескольких утверждений, позволяющих респондентам определить вероятность, желание и намерение начать совершать какие-либо конкретные действия. При обработке результатов подсчитывается среднее значение трех показателей.

Для измерения намерений участники исследования оценили степень своего согласия с утверждениями: «Я обдумываю возможность стать предпринимателем», «Я хотел(а) бы стать предпринимателем», «Я хотел(а) бы начать свой бизнес в течение пяти лет после окончания университета», при помощи семибалльной шкалы (от совершенно не согласен до абсолютно согласен). Включение шкалы, предполагающей пятилетнюю перспективу предпринимательской активности, обусловлено важностью учета отсроченных бизнес-интенций обучающихся, показанной в современных исследованиях предпринимательства студентов [14].

В глобальном исследовании предпринимательского духа студентов карьерные планы и предпринимательские намерения рассматриваются как отдельные конструкты, операционализированные различным образом [14]. Карьерные планы отличается большая конкретность, специфичность по сравнению с предпринимательскими намерениями. Для оценки карьерных планов участники отвечали на вопрос: «Какую карьеру вы намерены выбрать после завершения обучения?». Они могли сделать не более трех выборов из следующих вариантов: начать работать в крупной корпорации; продолжить работать в крупной корпорации; начать работать в среднем или мелком бизнесе; продолжить работать в среднем или мелком бизнесе; открыть собственную фирму; продолжить работать в собственной фирме; начать работать как фрилансер, самозанятый; продолжить работать как фрилансер, самозанятый; начать работать в семейном бизнесе; продолжить работать в семейном бизнесе; начать работать в государственной организации; продолжить работать в государственной организации; не знаю; не работать. Вопрос позволяет оценить нечетко определенные, вариативные планы, которые могут включать в себя и предположения о потенциальной собственной бизнес-активности в качестве возможного альтернативного шага.

Результаты исследования. В целях проверки согласованности полученных данных с результатами аналогичных исследований был подсчитан D-индекс тренировочного этапа в соответствии с рекомендациями Б. Носек с коллегами [31]. Из данных исключаются пробы с задержками больше 10 000 мс, ответы медленнее 2000 мс перекодируются в ответы 2000 мс, ответы быстрее 400 мс перекодируются в ответы 400 мс. Используется «штраф за ошибку», когда неверный ответ заменяется суммой среднего времени правильных выборов для данного индивида в блоке + 600 мс. D-индекс определяется как разница между задержкой ответов в несогласованных и согласованных блоках, деленная на стандартное отклонение, подсчитанное для каждого участника.

D-индекс для тренировочного этапа составил 0,49. Для определения значимости D-индекса используется t-критерий Стьюдента для одной выборки, который показал его достоверное отличие от 0 ($t = 7,92$, $p < 0,0001$). Действительно, участники быстрее отвечают в согласованных блоках (цветы+слова с положительной валентностью, насекомые + слова с отрицательной валентностью), чем в несогласованных (цветы+слова с отрицательной валентностью, насекомые + слова с положительной валентностью), что соответствует результатам подобных ИАТ.

По результатам исследования имплицитной идентификации были получены средние и стандартные отклонения, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Описательные статистики КИАТ

Показатели	Средние	Стандартные отклонения
«Я + Предприниматель»	1,451	0,189
«Другой + Наемный работник»	1,583	0,235
«Другой + Предприниматель»	1,606	0,267
«Я + Наемный работник»	1,539	0,232
D-индекс	0,134	0,33

Для измерения эффекта КИАТ на основном этапе использовались D-индекс и двухфакторный дисперсионный анализ с повторными измерениями (ANOVA, 2x2).

Применение ANOVA показало наличие значимого взаимодействия между фокусными и нефокусными категориями $F(1,75) = 5,824$, $p = 0,018$, $\eta^2 = 0,72$; наличие значимого основного эффекта для категорий «Я-Другой», $F(1,75) = 72,74$, $p < 0,0001$, $\eta^2 = 0,492$ и «Предприниматель-Наемный работник» $F(1,75) = 8,838$, $p = 0,004$, $\eta^2 = 0,105$.

На рисунке 1 показано взаимодействие двух факторов (категорий и атрибутов) на основном этапе.

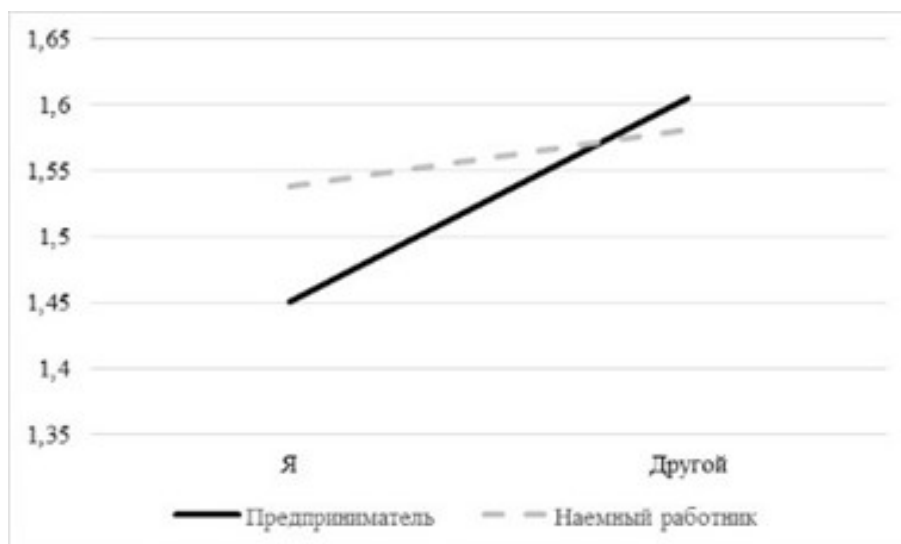


Рис. 1. Задержки ответов в зависимости от сочетания категорий (мс)

Результаты показывают, что задержка латентной реакции меньше при выполнении задачи соотнесения себя с позицией предпринимателя, чем с позицией наемного работника. Студенты быстрее решают задачу сопоставления категорий Я + Предприниматель, чем задачу Другой + Предприниматель. При этом отсутствует разница в реакциях при соотнесении Другой + Предприниматель и Другой + Наемный работник.

D-индекс основного этапа составляет 0,134. Его показатель значительно отличается от 0 ($t = 3,545$, $p = 0,001$). Невысокое, но достоверно положительное значение D-индекса свидетельствует о меньшей задержке ответа в согласованных по сравнению с несогласованными блоками, то есть о наличии слабой положительной имплицитной идентификации студентов себя с позицией предпринимателя.

Результаты измерения предпринимательских намерений представлены в таблице 3. Результаты опроса 8 человек были исключены из-за технического сбоя.

Таблица 3

Предпринимательские намерения студентов

Показатели	Средние	Стандартные отклонения
Я обдумываю возможность стать предпринимателем	3,4	1,643
Я хотел(а) бы стать предпринимателем	3,45	1,438
Я хотел(а) бы начать свой бизнес в течение пяти лет после окончания университета	3,36	1,738
Среднее	3,4	1,421

Альфа Кронбаха составил 0,857, что указывает на высокую согласованность шкалы.

Данные, представленные в таблице 4, свидетельствуют о планах собственной бизнес-деятельности в качестве основателя или самозанятого в 46,48 % случаев. Хотя бы раз выбрали хотя бы один из вариантов предпринимательства и самозанятости 48 человек (71,64 %). Это указывает на включение студентами вариантов предпринимательской карьеры в свои представления о профессиональном будущем, при средней представленности планов, связанных с наймом в различные организации.

Таблица 4

Карьерные планы студентов после завершения обучения

Карьерные планы	Частота	Процент
Начать работать в крупной корпорации	29	20,423
Продолжить работать в крупной корпорации	5	3,521
Начать работать в среднем или мелком бизнесе	16	11,267
Продолжить работать в среднем или мелком бизнесе	9	6,338
Открыть собственную фирму	21	14,789
Продолжить работать в собственной фирме	7	4,93
Начать работать как фрилансер, самозанятый	30	21,127
Продолжить работать как фрилансер, самозанятый	8	5,634
Начать работать в семейном бизнесе	6	4,225
Продолжить работать в семейном бизнесе	5	3,521
Начать работать в государственной организации	5	3,521
Продолжить работать в государственной организации	0	0
Не знаю	1	0,704
Не работать	0	0
Итого	142	100

Для проверки гипотезы использовался критерий Пирсона, который показал отсутствие значимых корреляций между предпринимательскими намерениями и имплицитной самоидентификацией ($r = -0,127$, $p = 0,306$).

Обсуждение. В работе изучение самоидентификации осуществлялось с помощью краткого теста имплицитной ассоциации, который показал наличие слабой положительной неявной идентификации студентами себя с позицией предпринимателя по сравнению с позицией наемного работника. Отсутствие доступных источников, посвященных изучению процесса неявной предпринимательской идентификации обучающихся в высших учебных заведениях РФ, побуждает обратиться к результатам прямой оценки близких конструктов. Итоги анкетирования студентов нижегородских вузов позволили сделать вывод о развитии позитивной самоидентификации в сфере предпринимательской деятельности [5].

Ответы на вопрос, посвященный профессиональным планам после окончания обучения, свидетельствуют о наличии предположений обучающихся о возможности бизнес-карьеры. Данные международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» показывают достаточно высокий уровень сформированности у российских студентов комплексного показателя предпринимательского духа [14]. В совокупности данные исследования соответствуют результатам опросов, проведенных на российских выборах.

По результатам имплицитного измерения позиция предпринимателя является более привлекательной, чем наемного работника, однако при эксплицитном выборе карьерного пути равным образом выбираются варианты, связанные с двумя позициями. Корреляционный анализ показал отсутствие связи между предпринимательскими намерениями и имплицитной идентификацией. Таким образом, в исследовании фиксируется несоответствие между близкими, но не тождественными показателями, которые были измерены при помощи различных методических подходов. Отсутствие связи между явными и неявными показателями является хорошо задокументированным феноменом, получившим название имплицитно-эксплицитной диссоциации, которая проявляется: в слабости корреляций между двумя типами показателей; в различиях средних данных одного и того же конструкта, полученных при помощи разных инструментов; дифференцированности корреляций с другими переменными [18].

Для объяснения диссоциации привлекается модель ассоциативно-пропозициональной оценки (associative-propositional evaluation model, APE), относящаяся к группе двойных теорий, в которой подчеркивается разница между двумя системами формирования оценок [24]. Ассоциативные процессы определяются как активация ассоциаций, обусловленных пространственно-временной близостью и сходством между характеристиками входных стимулов и доступным в памяти содержанием. Пропозиционные процессы опираются на принцип логической непротиворечивости, апеллируя к субъективной истинности или ложности суждений, в то время как ассоциации активируются без проверки их точности или ошибочности.

В соответствии с моделью APE диссоциация объясняется различием в оценках, продуцируемых разными системами. Намерения и карьерные планы являются суждениями, чья

субъективная точность проверяется человеком в процессе вербализации ответа. А значит, они должны быть согласованными с представлениями о себе, оценками своих возможностей и перспектив в текущих условиях. ИмPLICITная идентификация отражает ассоциации, активированные заданной исследователем конфигурацией стимулов, независимо от их субъективной правильности в текущих условиях. Таким образом, отсутствие согласованности между показателями определяется несоответствием неявной и явной оценок соотношения себя с позицией предпринимателя.

Отсутствие корреляции объясняется также отнесенностью конструкций к различным психологическим процессам. КИАТ измеряет эмоциональный компонент, а намерения связаны с мотивацией, желанием что-то сделать. Несмотря на то, что положительная валентность объекта увеличивает его побудительность, притягательность, вербализованные намерения являются результатом принятия решений с учетом множества факторов. То есть отсутствие корреляций может быть вызвано несогласованностью оценки и мотивации предпринимательской деятельности. Можно предположить, что связь между конструкциями установится при формировании позитивной предпринимательской идентичности и положительной оценки вероятности реализации предпринимательских намерений.

Заключение. По результатам исследования можно сформулировать следующие выводы.

1. Для студентов характерно наличие положительной, слабо выраженной предпринимательской имPLICITной идентификации. Это свидетельствует о наличии у обучающихся положительного отношения к предпринимательству как формату собственной возможной активности.

2. Карьерные планы студентов после завершения обучения связаны с предпринимательством при равном выборе позиций наемного работника и предпринимателя.

3. Не обнаружено связи между имPLICITной предпринимательской идентификацией и предпринимательскими намерениями.

Отсутствие корреляции соответствует феномену имPLICITно-экPLICITной диссоциации, связанному с системой двойной регуляции поведения и может характеризовать начальные этапы профессионального самоопределения.

Впервые проведено исследование связи имPLICITной идентификации и установок на выборке студентов в условиях активной работы российских университетов над формированием предпринимательской экосистемы. Результаты показывают возможность применения косвенных инструментов изучения установок, дополняющих данные опросных методов в сфере молодежного предпринимательства. Расширение инструментального спектра способствует фиксации психических процессов разного уровня намеренности, что особенно полезно, когда исследователь заинтересован в оценке слабо выраженных, формирующихся явлений.

Выборка исследования была ограничена студентами одного университета, обучающихся на специальностях, непосредственно не связанных с бизнесом, что не позволяет соотнести данные о корреляции имPLICITной самоидентификации и намерений обучающихся в зависимости от профиля образования.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на тестирование интегративной процессуальной модели [27], включающей в себя ряд дополнительных элементов, связанных с поведением в сфере предпринимательства, в частности, аффективную приверженность и поведенческий контроль. Эмоциональный компонент самоидентификации может быть оценен с помощью модификации стимульного материала, реализуемого в КИАТ.

Полученные результаты предназначены для использования в процессе вовлечения студентов в деловую активность на этапе обучения в системе высшего образования с целью оценки имPLICITной предпринимательской самоидентификации, выступающей маркером привлекательности роли бизнесмена. Собранные данные позволяют ожидать положительных результатов воздействий, направленных на развитие представлений о социально подерживаемых и лично значимых характеристиках позиции предпринимателя, присвоение которых увеличивает вероятность инициации собственного дела в условиях формирования благоприятной предпринимательской экосреды университета.

Список литературы

1. Авдошина Н. В., Егорова С. В. Концептуальная схема социально-психологического мониторинга обучающихся / Ю. В. Васькина, С. В. Зорина, А. И. Демина, А. Ю. Нестеров // Семиотические исследования. Semiotic studies. 2022. Т. 2. № 3. С. 87–101. DOI: 10.18287/2782-2966-2022-2-4-73-81.

2. Алёшина А. Б., Чкония Д. Т. Факторы реализации предпринимательских намерений студентов // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2022. Т. 14. № 3 (45). С. 81–99.
3. Беляева Т. В., Ласковая А. К., Широкова Г. В. Обучение предпринимательству и формирование предпринимательских намерений студентов: роль национальной культуры // Российский журнал менеджмента. 2016. Т. 14. № 1. С. 59–86.
4. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М. : Прогресс, 1986. 422 с.
5. Бочарников С. Н. Профессиональная самоидентификация в сфере предпринимательства студентов вузов: социологическое исследование // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 4 (258). С. 148–153.
6. Гнатышина Е. А., Гордеева Д. С. Профессиональная самоидентификация преподавателя педагогической высшей школы: ценности и мотивация / П. Г. Рябчук, Д. Н. Корнеев // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2019. № 2. С. 70–87.
7. Зайцев В. С., Ногина А. А. Самоидентификация будущих педагогов профессионального обучения: генезис, структура, условия // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2018. № 6. С. 111–127.
8. Концепция построения и развития экосистемы молодежного предпринимательства в системе высшего образования. URL: <https://vk.com/@nsfinuniver-konceptsiya-postroeniya-i-razvitiya-ekosistemy-molodezhnogo-p> (дата обращения: 14.11.2023).
9. Наймушина А. Г., Моложавенко В. Л. Профессиональная самоидентификация личности : монография. М. : ИНФРА-М, 2018. 76 с.
10. Патырбаева К. В. Идентичность: социально-психологические и социально-философские аспекты : коллективная монография / науч. ред. К. В. Патырбаева; Перм. гос. нац. иссл. ун-т. Пермь, 2012. 250 с.
11. Психология. Словарь / под общ. ред. А. В. Петровского. Изд. 2-е, испр. и доп. М., 1990. 494 с.
12. Рикель А. Профессиональная Я-концепция и профессиональная идентичность в структуре самосознания личности. Ч. 2 // Психологические исследования. 2011. Т. 4. № 17. URL: <https://www.psy-study.ru/index.php/num/article/view/852> (дата обращения: 14.08.2023).
13. Широкова Г. В., Беляева Т. В. Предпринимательские намерения студентов: концепция и основные подходы к исследованию // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 2 (50). С. 5–31.
14. Широкова Г. В., Богатырева К. А. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов. Национальный отчет / Т. В. Беляева, Т. В. Цуканова, А. К. Ласковая. 2016. 48 с. URL: https://gsom.spbu.ru/files/folder_11/guesss_2016_rus_final_v1.pdf (дата обращения: 14.08.2023).
15. Шнейдер Л. Б. Профессиональная идентичность : монография. М. : МОСУ, 2001. 272 с. URL: <https://psychlib.ru/mgppu/sh1/SH1-003-.HTM#p3>.
16. Ajzen I. The theory of planned behavior: Frequently asked questions // Human Behavior and Emerging Technologies. 2020. Vol. 2. No. 4. Pp. 314–324. DOI: 10.1002/hbe2.195.
17. Bellini-Leite S. C. Dual process theory: Embodied and predictive; symbolic and classical // Frontiers in Psychology. 2022. Vol. 13. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.805386/full> (дата обращения: 14.08.2023).
18. Carlisle J. The Levels Metaphor and the Implicit/Explicit Distinction // The Routledge Handbook of Philosophy and Implicit Cognition. 2022. DOI: 10.4324/9781003014584.
19. Chen J. et al. Implicit and explicit self-identification as a drug user in people who used heroin and methamphetamine // Frontiers in Psychology. 2021. Vol. 12. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.685110.
20. De Neys W., Pennycook G. Logic, fast and slow: Advances in dual-process theorizing // Current directions in psychological science. 2019. Vol. 28. No. 5. Pp. 503–509. DOI: 10.1177/0963721419855658.
21. Farmer S. M., Yao X., Kung-Mcintyre K. The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience // Entrepreneurship Theory and Practice. 2011. Vol. 35. No. 2. Pp. 245–273.
22. Fishman J., Lushin V., Mandell D. S. Predicting implementation: comparing validated measures of intention and assessing the role of motivation when designing behavioral interventions // Implementation science communications. 2020. Vol. 1. No. 1. Pp. 1–10. DOI: 10.1186/s43058-020-00050-4.
23. Francis J., Johnston M. Constructing questionnaires based on the theory of planned behaviour: A manual for Health Services Researchers / M. Eccles, A. Walker, J. M. Grimshaw, R. Foy, E. F. S. Kaner, L. Smith, D. Bonetti. Quality of life and management of living resources; Centre for Health Services Research. 2004. URL: <http://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/1735>.
24. Gawronski B., De Houwer J., Sherman J. W. Twenty-five years of research using implicit measures // Social Cognition. 2020. Vol. 38. URL: <https://guilfordjournals.com/doi/pdf/10.1521/soco.2020.38.supps1> (дата обращения: 14.08.2023).
25. Greenwald A. G. et al. A unified theory of implicit attitudes, stereotypes, self-esteem, and self-concept // Psychological review. 2002. Vol. 109. No. 1. Pp. 3–25. DOI: 10.1037//0033-295X.109.1.3.
26. Greenwald A. G. et al. The Implicit Association Test at age 20: What is known and what is not known about implicit bias. 2020. URL: <https://psyarxiv.com/bf97c> (дата обращения: 14.08.2023).
27. Jarvis L. C. Identification, intentions and entrepreneurial opportunities: an integrative process model // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 2016. Vol. 22. No. 2. Pp. 182–198.

28. Kautonen T., Van Gelderen M., Fink M. Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions // *Entrepreneurship theory and practice*. 2015. Vol. 39. No. 3. Pp. 655–674.
29. Krueger N. F., Reilly M. D., Carsrud A. L. Competing models of entrepreneurial intentions // *Journal of business venturing*. 2000. Vol. 15. No. 5–6. Pp. 411–432. DOI: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0.
30. Krueger N. F. Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions // *Revisiting the entrepreneurial mind: Inside the black box: An expanded edition*. Springer. 2017. Pp. 13–34. DOI: 10.1007/978-1-4419-0443-0_4.
31. Nosek B. A., Bar-Anan Y. Understanding and using the brief implicit association test: Recommended scoring procedures / N. Sriram, J. Axt, A. G. Greenwald // *PloS one*. 2014. Vol. 9. No. 12. DOI: 10.1371/journal.pone.0110938.
32. Schnabel K., Asendorpf J. B., Greenwald A. G. Understanding and using the implicit association test: V. measuring semantic aspects of trait self-concepts // *European Journal of Personality: Published for the European Association of Personality Psychology*. 2008. Vol. 22. No. 8. Pp. 695–706. DOI: 10.1002/per.697.

The relationship between implicit self-identification and students' intentions in the field of entrepreneurship

Zorina Svetlana Valeryevna

PdD in Psychological Sciences, associate professor, Head of the Department of Social Psychology, Samara National Research University n. a. academician S. P. Korolev. Russia, Samara.
ORCID: 0000-0003-2445-2864. E-mail: Aramitch@mail.ru

Abstract. The relevance of the research is determined by the establishment of a connection between various psychological prerequisites of students' orientation towards entrepreneurial activity that stimulates economic growth, innovative development and solving social problems. However, it is not clear how the implicit and explicit predictors of student business activity relate, which is especially important for understanding the process of choosing entrepreneurship over an employee's career. The purpose of the study is to study the relationship of implicit self-identification with the position of an entrepreneur and the explicit entrepreneurial intentions of students.

The empirical study used a short implicit association test (CIAT), designed to assess the implicit self-identification of students with the position of an entrepreneur, and a survey aimed at determining entrepreneurial intentions. KIAT is implemented through a computer program that records the delay in reaction when assigning the presented incentives to four categories: entrepreneur, employee, me, others. The participants distribute the words in the agreed (I+Entrepreneur, Others+Employees) and uncoordinated (I+Employee and Others+Entrepreneurs) in blocks, which allows you to compare the strength of the links between the compared categories. The sample consisted of 76 university students (M=20.63, 65.8 % women).

As a result, data were obtained indicating the presence of a weakly expressed but reliable positive self-identification of students with the position of an entrepreneur compared to the position of an employee. Explicitly measured indicators indicate that entrepreneurship and employment in different organizations are equally included in career plans. It was found that there is no connection between entrepreneurial intentions and implicit self-identification, which is interpreted as a manifestation of the phenomenon of implicit-explicit dissociation. The discovered discrepancy between the results of direct and indirect measurements of similar but not identical constructs may characterize the early stages of self-determination in the field of entrepreneurship.

In conclusion, it is indicated that in this work data on the initial stage of professional identity development have been obtained; it is shown that implicit entrepreneurial self-identification is carried out in the process of studying at a university. The results allow us to select the targets of psychological support in the process of preparing for entrepreneurial activity in the higher education system and identify tools for assessing students' attitude to entrepreneurship.

Keywords: implicit self-identification, brief implicit associative test, professional identification, entrepreneurial intentions of students, entrepreneurial behavior.

References

1. Avdoshina N. V., Egorova S. V. *Konceptual'naya skhema social'no-psihologicheskogo monitoringa obuchayushchih* [Conceptual scheme of socio-psychological monitoring of students] / Yu. V. Vaskina, S. V. Zorina, A. I. Demina, A. Yu. Nesterov // *Semioticheskie issledovaniya. Semiotic studies – Semiotic studies*. 2022. Vol. 2. No. 3. Pp. 87–101. DOI: 10.18287/2782-2966-2022-2-4-73-81.
2. Alyoshina A. B., Chkoniya D. T. *Faktory realizacii predprinimatel'skih namerenij studentov* [Factors of realization of entrepreneurial intentions of students] // *Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyj zhurnal – Scientific researches of the Faculty of Economics. Electronic journal*. 2022. Vol. 14. No. 3 (45). Pp. 81–99.

3. Belyaeva T. V., Laskovaya A. K., Shirokova G. V. *Obuchenie predprinimatel'stvu i formirovanie predprinimatel'skikh namerenij studentov: rol' nacional'noj kul'tury* [Teaching entrepreneurship and the formation of entrepreneurial intentions of students: the role of national culture] // *Rossijskij zhurnal menedzhmenta* – Russian Journal of Management. 2016. Vol. 14. No. 1. Pp. 59–86.
4. Burns R. *Razvitie Ya-koncepcii i vospitanie* [The development of the Self-concept and education]. M. Progress, 1986. 422 p.
5. Bochkarnikov S. N. *Professional'naya samoidentifikaciya v sfere predprinimatel'stva studentov vuzov: sociologicheskoe issledovanie* [Professional self-identification in the field of entrepreneurship of university students: a sociological study] // *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* – Herald of Chelyabinsk State University. 2012. No. 4 (258). Pp. 148–153.
6. Gnatyshina E. A., Gordeeva D. S. *Professional'naya samoidentifikaciya prepodavatelya pedagogicheskoi vysshej shkoly: cennosti i motivaciya* [Professional self-identification of a teacher of pedagogical higher school: values and motivation] / P. G. Ryabchuk, D. N. Korneev // *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta* – Herald of the South Ural State Humanitarian Pedagogical University. 2019. No. 2. Pp. 70–87.
7. Zajcev V. S., Nogina A. A. *Samoidentifikaciya budushchih pedagogov professional'nogo obucheniya: genesis, struktura, usloviya* [Self-identification of future teachers of vocational training: genesis, structure, conditions] // *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta* – Herald of the South Ural State Humanitarian Pedagogical University. 2018. No. 6. Pp. 111–127.
8. *Koncepciya postroeniya i razvitiya ekosistemy molodezhnogo predprinimatel'stva v sisteme vysshego obrazovaniya* – The concept of building and developing an ecosystem of youth entrepreneurship in the higher education system. Available at: <https://vk.com/@nsoufinuniver-koncepciya-postroeniya-i-razvitiya-ekosistemy-molodezhnogo-p> (date accessed: 14.11.2023).
9. Najmushina A. G., Molozhavenko V. L. *Professional'naya samoidentifikaciya lichnosti : monografiya* [Professional self-identification of personality : monograph]. M. INFRA-M, 2018. 76 p.
10. Patyrbaeva K. V. *Identichnost': social'no-psihologicheskie i social'no-filosofskie aspekty : kollektivnaya monografiya* [Identity: socio-psychological and socio-philosophical aspects : a collective monograph] / scient. ed. by K. V. Patyrbaeva; Perm State National Research University. Perm. 2012. 250 p.
11. *Psihologiya. Slovar'* – Psychology. Dictionary / under the gen. ed. of A. V. Petrovsky. Ed. 2nd, corr. and add. M. 1990. 494 p.
12. Rikel A. *Professional'naya Ya-koncepciya i professional'naya identichnost' v strukture samosoznaniya lichnosti* [Professional self-concept and professional identity in the structure of personal self-awareness]. Part 2 // *Psihologicheskie issledovaniya* – Psychological research. 2011. Vol. 4. No. 17. Available at: <https://www.psy-study.ru/index.php/num/article/view/852> (date accessed: 14.08.2023).
13. Shirokova G. V., Belyaeva T. V. *Predprinimatel'skie namereniya studentov: koncepciya i osnovnye podhody k issledovaniyu* [Entrepreneurial intentions of students: the concept and main approaches to research] // *Sovremennaya konkurenciya* – Modern competition. 2015. Vol. 9. No. 2 (50). Pp. 5–31.
14. Shirokova G. V., Bogatyreva K. A. *Global'noe issledovanie predprinimatel'skogo duha studentov. Nacional'nyj otchet* [Global study of the entrepreneurial spirit of students. National report] / T. V. Belyaeva, T. V. Tsukanova, A. K. Laskovaya. 2016. 48 p. Available at: https://gsom.spbu.ru/files/folder_11/guesss_2016_rus_final_v1.pdf (date accessed: 14.08.2023).
15. Schneider L. B. *Professional'naya identichnost' : monografiya* [Professional identity : monograph]. M. MOSU, 2001. 272 p. Available at: <https://psychlib.ru/mgppu/sh1/SH1-003-.HTM#p3>.
16. Ajzen I. The theory of planned behavior: Frequently asked questions // *Human Behavior and Emerging Technologies*. 2020. Vol. 2. No. 4. Pp. 314–324. DOI: 10.1002/hbe2.195.
17. Bellini-Leite S. C. Dual process theory: Embodied and predictive; symbolic and classical // *Frontiers in Psychology*. 2022. Vol. 13. Available at: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.805386/full> (date accessed: 14.08.2023).
18. Carlisle J. The Levels Metaphor and the Implicit/Explicit Distinction // *The Routledge Handbook of Philosophy and Implicit Cognition*. 2022. DOI: 10.4324/9781003014584.
19. Chen J. et al. Implicit and explicit self-identification as a drug user in people who used heroin and methamphetamine // *Frontiers in Psychology*. 2021. Vol. 12. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.685110.
20. De Neys W., Pennycook G. Logic, fast and slow: Advances in dual-process theorizing // *Current directions in psychological science*. 2019. Vol. 28. No. 5. Pp. 503–509. DOI: 10.1177/0963721419855658.
21. Farmer S. M., Yao X., Kung-Mcintyre K. The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2011. Vol. 35. No. 2. Pp. 245–273.
22. Fishman J., Lushin V., Mandell D. S. Predicting implementation: comparing validated measures of intention and assessing the role of motivation when designing behavioral interventions // *Implementation science communications*. 2020. Vol. 1. No. 1. Pp. 1–10. DOI: 10.1186/s43058-020-00050-4.
23. Francis J., Johnston M. *Constructing questionnaires based on the theory of planned behaviour: A manual for Health Services Researchers* / M. Eccles, A. Walker, J. M. Grimshaw, R. Foy, E. F. S. Kaner, L. Smith, D. Bonetti. Quality of life and management of living resources; Centre for Health Services Research. 2004. Available at: <http://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/1735>.

24. Gawronski B., De Houwer J., Sherman J. W. Twenty-five years of research using implicit measures // *Social Cognition*. 2020. Vol. 38. Available at: <https://guilfordjournals.com/doi/pdf/10.1521/soco.2020.38.suppl.s1> (date accessed: 14.08.2023).
25. Greenwald A. G. et al. A unified theory of implicit attitudes, stereotypes, self-esteem, and self-concept // *Psychological review*. 2002. Vol. 109. No. 1. Pp. 3–25. DOI: 10.1037//0033-295X.109.1.3.
26. Greenwald A. G. et al. The Implicit Association Test at age 20: What is known and what is not known about implicit bias. 2020. Available at: <https://psyarxiv.com/bf97c> (date accessed: 14.08.2023).
27. Jarvis L. C. Identification, intentions and entrepreneurial opportunities: an integrative process model // *International Journal of entrepreneurial Behavior & Research*. 2016. Vol. 22. No. 2. Pp. 182–198.
28. Kautonen T., Van Gelderen M., Fink M. Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions // *Entrepreneurship theory and practice*. 2015. Vol. 39. No. 3. Pp. 655–674.
29. Krueger N. F., Reilly M. D., Carsrud A. L. Competing models of entrepreneurial intentions // *Journal of business venturing*. 2000. Vol. 15. No. 5–6. Pp. 411–432. DOI: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0.
30. Krueger N. F. Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions // *Revisiting the entrepreneurial mind: Inside the black box: An expanded edition*. Springer. 2017. Pp. 13–34. DOI: 10.1007/978-1-4419-0443-0_4.
31. Nosek B. A., Bar-Anan Y. Understanding and using the brief implicit association test: Recommended scoring procedures / N. Sriram, J. Axt, A. G. Greenwald // *PloS one*. 2014. Vol. 9. No. 12. DOI: 10.1371/journal.pone.0110938.
32. Schnabel K., Asendorpf J. B., Greenwald A. G. Understanding and using the implicit association test: V. measuring semantic aspects of trait self-concepts // *European Journal of Personality: Published for the European Association of Personality Psychology*. 2008. Vol. 22. No. 8. Pp. 695–706. DOI: 10.1002/per.697.