Организационная психология. 2013. Т. 3. №4. С. 76–91

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ

www.orgpsyjournal.hse.ru

Проблемы самоопределения личности в бизнесе[1]

ИВАНОВА Наталья Львовна

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

В статье[2] обобщаются результаты исследований самоопределения личности в бизнесе, проводимых в русле нового направления прикладной психологии — психологии бизнеса. Развивается подход к анализу бизнеса как деятельности и социальной среды развития личности, который лежит в основе изучения особенностей, механизмов и факторов социального и профессионального становления бизнесмена. Обобщаются результаты исследований, методология которых опирается на оригинальный подход, в котором сущностную основу социального и профессионального самоопределения составляет социальная идентичность, а процессуальную — принятие решений. Это позволило четко объективировать изучаемые параметры и найти возможность проводить сравнение представителей исследуемой выборки по определенным параметрам. Приводятся данные об особенностях представлений бизнесменов о себе и своей деятельности, основных проблемах самоопределения личности в бизнесе, психологических проявлениях кризиса идентичности, специфике идентичности и способов принятия решений у лиц с высоким уровнем переживания кризиса. Выявлено, что кризис самоопределения проявляется в изменении структуры идентичности, в снижении доли профессиональных и статусно-ролевых показателей. Основные проблемы самоопределения личности в бизнесе: неопределённость, многоплановость размытость профессии, ролевых позиций, а также высокие требования (профессиональные, социальные) к личности человека, занимающегося бизнесом. Исследование носит пилотажный характер. Несмотря на это, выявлены показатели, по которым можно выявлять различные уровни развития, проблемы и кризисы самоопределения, сравнивать выраженность этих показателей у разных людей, на этой основе проводить последующее консультирование и обучение личности. Показаны возможности данного подхода для анализа особенностей и проблем самоопределения личности в бизнесе у бизнесменов. Подобные бизнес-психологические исследования могут стать основой для развития системы психологического консультирования, обучения и терапии, как в индивидуальном, так и организационном контекстах.

Ключевые слова: психология бизнеса; самоопределение личности; проблемы самоопределения; кризис идентичности.

1 Исследование выполнено в рамках проекта научно-учебной группы психологии бизнеса НИУ ВШЭ «Особенности и факторы самоопределения личности в бизнесе» (ПФИ-2012).

2 Текст доклада на Первой международной научной конференции «Бизнес. Общество. Человек», 30–31 октября, 2013 г., Москва, Россия.

Адрес: 101000. Москва, Мясницкая ул., 20. E-mail: sinec@inbox.ru

Введение

За последние 20 лет в России бизнес стал полноправным социальным институтом, который определяет многие стороны жизни общества. Бизнес меняется, становится более сложным, цивилизованным, поэтому в нем растет потребность в высококвалифицированных кадрах, способных решать сложные и ответственные задачи. Это влечет за собой определенные требования к психологическим исследованиям бизнеса, анализу факторов социализации и профессионализации личности в бизнесе. В то же время в психологии слабо изучены особенности профессионального становления бизнесмена, механизмы и факторы вхождения человека в мир бизнеса. Эти вопросы относятся к предметной области психологии бизнеса — современной отрасли прикладной психологии, которая интенсивно развивается в последние годы под влиянием как социально-экономических процессов в обществе, так и изменений самой психологической науки, внутри которой все более четко определяются фундаментальные и прикладные направления. В последние годы появились публикации, которые, по сути, определили статус, а также содержательные и ценностные ориентиры этого направления (Бардиер, 2002; Емельянов, Поварницына, 1998; Иванова, Михайлова, Штроо, 2007; Иванова, Антонова, Штроо, 2014; Мелия, 2006; McKenna, 2000; McKenna, Tsivrikos, Pheiffer, 2014). Кроме того, развитию психологии бизнеса способствуют исследования в области экономической психологии, психологии и социологии предпринимательства (Журавлев, Купрейченко, 2004, Журавлев, Позняков, 2005, Позняков, 2006, Чепуренко, 2005 и др.).

Становление психологии бизнеса является реакцией на многочисленные проблемы, которые стоят перед малым, средним и крупным бизнесом, и требуют участия профессиональных психологов. Так, среди бизнесменов появляется все больше сторонников профессионального регулирования и учета психологических процессов и проблем, которые имеют место практически в любой бизнес-организации. Не случайно, выражение «бизнес — это психология» принимается многими представителями российского бизнеса. С психологической точки зрения, бизнес выступает как деятельность и среда социального и профессионального развития, в которой работают специалисты различного профиля.

Основная миссия психологии бизнеса может быть выражена тезисом: «Эффективный бизнес с человеческим лицом». Иными словами, для психологов важно не только помочь бизнесменам сделать их деятельность более эффективной и прибыльной, но также и более экологичной, позволяющей в конечном итоге принести пользу людям и личностно «не сломать» самих бизнесменов. Поэтому не случайно, что в бизнес-психологических исследованиях актуальной является проблема социального и профессионального самоопределения личности в бизнесе. Запрос на эти исследования исходит, прежде всего, из практики бизнеса, например, когда в организации наблюдаются снижение эффективности деятельности руководителей и персонала, повышение сопротивления персонала по отношению к инновационным изменениям, рост конфликтов внутри организации и вовне, развитие признаков психического выгорания людей и т.д. Среди психологических причин, вызывающих эти ситуации, существенную роль играют личностные факторы, такие как: представление о себе и других людях, жизненные цели и ценности, профессиональная и социальная направленность и т.п. Изучение этих факторов проводится в русле проблематики самоопределения личности. От того, насколько представители бизнеса осознанно относятся к своей деятельности, понимают ее значение и смысл для собственной жизни и других людей, во многом зависит и общая ситуация в обществе. Поэтому актуальность изучения проблем самоопреде-

ления личности в бизнесе связана как с развитием психологической науки и практики, так и с более широким контекстом, а именно, потребностями общественного развития.

Теоретические основания

В психологии бизнеса социальное и профессиональное самоопределение личности — это актуальная предметная область исследований. В предыдущих работах мы уже отмечали, что субъектом самоопределения является личность, оказавшаяся перед проблемой выбора своего места в обществе, будущей деятельности и т.д. Жизнь и деятельность человека во многом зависят от результатов этого процесса, от способности управлять им. Как показывают исследования, самоопределение тесно связано с такими важными для человека процессами, как самореализация, саморазвитие, а также чувством уверенности в себе, способностями к эффективной деятельности, адаптации и т.д. На индивидуальном уровне процесс самоопределения заключается в выборе профессиональной деятельности, ориентации в системе правил, норм организации, в формировании представлений о качествах, которые помогают или мешают выполнять деятельность и т.д. Самоопределение, по сути, это непрерывный процесс, поскольку человек постоянно сталкивается с новыми социальными и экономическими реалиями жизни общества, меняющимися правилами в динамичной среде, новыми требованиями к деятельности и т.п. Но наличие внутреннего стержня, который формируется в процессе самоопределения, помогает человеку не потеряться в этом меняющемся мире и сохранить свою целостность. Как показывает практика, человек, который задумывается над вопросами самоопределения, способен лучше контролировать свою жизнь, добиваться успеха и выстраивать обоснованные планы на будущее.

В отечественной психологии изучение самоопределения личности основано на ведущих методологических принципах: детерминизма, единства сознания и деятельности, развития, личностного подхода, системности. Самоопределение рассматривается (результативно и процессуально) различными авторами как:

- сознательный акт выявления и утверждения собственной позиции в проблемных ситуациях (Петровский, Ярошевский, 1990);
- внутренняя активность, которая придает определенность личности и через которую преломляются внешние воздействия (Рубинштейн, 2006);
- сознательный процесс анализа, принятия, проверки на прочность не только собственной позиции, но и представлений о самом себе в проблемных ситуациях (Пряжников, 1999).

Самоопределения исследуется в связи с задачами повышения эффективности трудовой и учебной деятельности как важное психологическое условие формирования профессионально-важных качеств и овладения деятельностью, фактор социальной адаптации (Климов, 1996; Машарова, Сырцова, 2007; Митина, 2002, Пряжников, 2001 и др.). Развернутость, осмысленность самоопределения является основой становления личности профессионала. Как писал В. Д. Шадриков, в отличие от исполнителя профессионал сам ставит цели деятельности, определяет пути и средства их достижения, несет ответственность за последствия ее реализации. Он выстраивает, изменяет и развивает деятельность, удерживает ее предметность в многообразных практических ситуациях (Шадриков, 2002). В социально-психологическом контексте самоопределение предстает как процесс социальной идентичности личности через освоение и принятие индивидом социальных ролей, позиций в общей системе социальных отношений (Андреева, 2000; Свенцицкий, 2004).

Мы развиваем подход, в котором содержательным результатом и процессуальным смыслом самоопределения является идентичность (Климов, 1996), в наиболее общем виде

выступающая как представление человека о себе, своем месте в социальной и профессиональной среде (Иванова, 2004). Применительно к профессиональной сфере исследуются социальная и профессиональная идентичность, что в целом отражает сложившееся в культуре отношение к профессионалу, который является не только носителем профессиональных качеств, но и представителем различных социальных групп, общества в целом, определенной исторической эпохи. Несколько лет назад Е. П. Ермолаева показала, что профессиональный маргинализм (показатель, противоположный профессиональной идентичности) является своеобразным атрибутом нестабильных обществ. Автор показывает, что масштабные профессиональные кризисы продуцируют маргиналов, отвергающих или негативно оценивающих свою прежнюю идентичность, что снижает уровень зрелости общества (Ермолаева, 2001).

Важно подчеркнуть, что процесс самоопределения носит неравномерный характер и, как правило, сопровождается проблемными, кризисными моментами. Кризис самоопределения проявляется в том, что индивид видит новые проблемы, цели, перспективы, но в то же время он не располагает достаточными психическими ресурсами (интеллектуальными, мотивационными и др.), необходимыми для решения этих проблем и достижения поставленных перед собой целей. Можно сказать, что кризис самоопределения — это период, когда человек уже созрел для перехода на новый виток развития (социального или профессионального), но пока еще не нашел адекватного способа самовыражения и использования открывающихся возможностей. Он испытывает чувство потери идентичности, несоответствия сложившихся представлений о себе новым требованиям, неудовлетворенность собой.

Поскольку, как отмечалось выше, содержательным результатом самоопределения является идентичность личности, то при описании проблем самоопределения важная роль отводится кризису идентичности. Как писал В. Хесле, человек не сможет понять современный мир, если не постигнет логики кризиса идентичности (Хесле, 1994). Понятие «кризис» относится к одной из важнейших содержательных характеристик состояния идентичности и является определенным этапом в ее трансформации. Поэтому остановимся на нем подробнее.

В контексте эпигенетического принципа психологии развития это поворотный момент в личностном развитии, ситуация выбора между позитивной и негативной линиями развития, прогрессом и регрессом (Эриксон, 1996). В теории социальной идентичности кризис идентичности выступает как утрата индивидом позитивной определенности группового членства, как особая ситуация сознания, когда большинство социальных категорий, посредством которых человек определят себя и свое место в обществе, кажутся ему утратившими свои границы и ценность. При этом происходит утрата ценностных ориентиров и позитивных представлений личности о своей группе (Андреева, 2000; Tajfel, Turner, 1986). Кризис идентичности может переживаться как ощущение утраты смысловой насыщенности прежних форм социальной идентификации и поиск новых, отвечающих базальной потребности человека в смысле и способствующих наиболее адекватной адаптации в изменяющейся социальной реальности (Лебедева, 1999).

Среди факторов, вызывающих кризис идентичности и определяющих его глубину, исследователи отмечают такие, как:

- резкие социально-политические, культурные, экономические изменения в обществе, сопровождающиеся сменой символов, моральных и ценностных ориентиров и норм, моделей взаимоотношений (Андреева, 2000; Лебедева, 1999; Мазилова, 2006; Стефаненко, 1999);
- смена среды проживания и условий деятельности (Мнацаканян, 2004; Румянцева 2005);

- соматические или психические нарушения, связанные с возрастом или болезнями (Селин, 2009; Хесле, 1994; Haslam, Jetten, 2009);

- особенности организации, стрессы, социальный и профессиональный статус (Haslam, Reicher, 2006) и т.д.

Последствия и проявления кризисов идентичности пока что слабо изучены в психологии. В ряде работ показано, что они заключаются в сложностях принятия новой роли и адаптации к ней, что может сопровождаться неадекватностью самооценки, утратой перспективы, пессимистическими чувствами, ухудшением взаимоотношений, изменением социальной активности, социально-агрессивным поведением и т.д. Кризис социальной идентичности проявляется также в противоречивости структуры идентичности, наличии в ней сложно совместимых компонентов, в которых выражается влияние старых и новых общностей на самосознание личности (Иванова, Румянцева, 2008).

По нашему мнению, кризис социальной идентичности может рассматриваться как отражение в сознании индивида несоответствия сложившихся представлений о себе требованиям реальности (внешней или внутренней), которое актуализирует необходимость сознательного выбора новой идентичности, умения следовать этому выбору. Человек теряет устоявшееся представление о себе и пытается найти новые ориентиры и критерии обретения гармоничного состояния. Поэтому кризис социальной идентичности — явление глубоко индивидуальное, связанное с субъективным опытом человека, его умением распознавать и решать проблемы. Кризис идентичности играет важную роль для понимания проблем самоопределения личности, поскольку отчасти позволяет нащупать «больные» точки. Но в то же время, что понимание признаки кризисных проявлений остаются очень размытыми, что затрудняет применение теоретических знаний на практике.

В наших работах мы делаем попытку выделить измеряемые параметры, по которым можно описать особенности самоопределения и его проблемные стороны (Иванова, 2008, 2011). Ключевым параметром содержательного анализа самоопределения в этой модели является идентичность. В то же время в процессуальном плане самоопределение предстает как поиск человеком оптимального решения относительно своего места в социальном и профессиональном мире в изменяющихся условиях. В этом смысле результатом самоопределения является не только новое качество личности (идентичность), но и опыт работы над собой, развитие навыков принятия решения в определенных условиях. Поэтому к числу параметров анализа самоопределения можно отнести особенности идентичности личности, а также способы принятия решений, т.е. ценностно-мотивационные и когнитивные составляющие.

Результаты эмпирических исследований

Рассмотрим далее результаты исследования особенностей и проблем самоопределения личности в бизнесе, полученные при опоре на обозначенный выше подход (Иванова, 2011). Сбор эмпирических данных проводился в период 2006–2009 гг. Общее число опрошенных — 119 человек в возрасте от 29 до 57 лет. Использовался комплекс методов: модифицированный вариант методики «Двадцать утверждений» (Иванова, 2004), методика на выявление способов принятия решений (Иванова, Михайлова, Штроо, 2007), биографические самоописания, интервью. Методология исследования основана на сочетании качественных и количественных методов. Качественный анализ проводился с помощью метода экспертных оценок. Экспертами выступали психологи, которые имеют опыт работы с личностными психодиагностическими методиками.

Особенности представлений бизнесменов о себе и своей деятельности

Для анализа идентичности использовался метод Тест «Двадцать утверждений» (M. Kuhn, T. McPartland), который в последние годы широко применяется в социально-психологических и социологических исследованиях идентичности. Испытуемому предлагалось от 10 до 20 раз ответить в письменной форме на вопрос «Кто я есть?», используя как можно более разнообразные признаки. Интерпретация ответов осуществлялась по отношению к следующим показателям идентичности: профессионально-деловые, социально-ролевые, личностные (рефлексивные), семейные, локальные, этнические, гражданские, глобальные. Подсчитывалось количество показателей у каждого испытуемого, данные переводились в баллы. В обработке результатов принимали участие два эксперта — психологи, имеющие опыт работы с личностными психодиагностическими методиками. В таблице 1 представлены средние значения выраженности показателей идентичности в изучаемой выборке.

Таблица 1. Показатели идентичности представителей бизнеса

Идентичность	Средние значения выраженности (в баллах, макс. = 10)
Профессионально-деловая	4,6
Социально-ролевая	4,9
Личностная	5,4
Семейная	2,0
Локальная	0,7
Этническая	0,8
Гражданская	0,8
Глобальная	0,9

Представления бизнесменов о себе, своей деятельности и бизнес-сообществе анализировались на основе самоописаний. Задавались вопросы о том, как они пришли в бизнес, что значит для них быть бизнесменом, какими качествами должен обладать профессионал в бизнесе, как они относятся вообще к бизнесу, что думают о людях в бизнесе. Анализируя полученные самоописания, мы выделили три ключевых блока знаний, в которых сосредоточены представления бизнесменов о себе, своей деятельности и сообществе. В то же время в них находится психологический источник проблем самоопределения, т.е. противоречий, трудностей, негативных установок и т.п., связанных с этими представлениями. Рассмотрим эти блоки.

А) «Профессиональная деятельность», т.е. знания о сфере своей деятельности, которой многие опрошенные пытались найти наиболее подходящее название. Проблема заключается в том, что бизнес как профессиональная сфера находится в процессе формирования, поэтому трудно подобрать один термин. В ответах использовались различные варианты слов: бизнесмен, предприниматель, руководитель, купец, коммерсант, деловой человек и т.п. Чаще всего употребляются слова «бизнесмен» и «предприниматель». Мы видим, что среди этих слов есть как современные, так и несколько архаичные, имеющие очень разную смысловую нагрузку. В этом выявилась сложность самоидентификации по отношению к какой-то профессиональной группе, существующей в определенном пространстве и времени.

Б) «Профессиональная среда, бизнес-сообщество», т.е. знания о своем сообществе, например, «правила игры» в бизнесе, этические нормы и т.п. Опрошенные выделяют такие особенности бизнеса, как: жесткая конкуренция, высокая неопределенность, динамичность среды и отношений, противоречивые требования к имиджу, общению, выбору статусно-ролевых отношений. Среди ценностно-этических категорий отмечаются: роль слова, умение

держать марку, добиваться поставленных целей, пускать пыль в глаза и т.д. Проблемные моменты связаны с размытостью и противоречивостью правил и норм ведения бизнеса.

В) «Профессионально-важные качества», т.е. знания о качествах, необходимых для эффективного ведения бизнеса. Некоторые качества связаны чисто с профессиональной стороной деятельности, например, хорошее понимание сути бизнеса, процессов управления, способов воздействия на человеческие ресурсы, умение выстраивать требования и т.п. Другие качества носят личностный характер, например: гибкость, нацеленность на развитие, нечувствительность к обидам и т.п. Трудности самоопределения вызваны отсутствием определенной системности в представлениях о профессионально-важных качествах бизнесмена, отсутствием ключевых качеств.

Основные проблемы самоопределения личности в бизнесе

В опросе участвовали собственники бизнес-организаций (9 человек). На основе данных интервью проводился анализ проблем, касающихся социального или профессионального самоопределения (экономические, социально-политические, личные проблемы). В ходе интервью задавались такие вопросы, как: Что такое бизнес? Почему Вы выбрали эту сферу? Что помогает Вам в работе? С какими трудностями Вы столкнулись при создании и реализации бизнеса? В чем Вы видите причины проблем? Каковы перспективы Вашего бизнеса? В ответах все опрошенные сообщали о своих переживаниях, преодолеваемых кризисах и стрессах, сомнениях и т.п. На основе частотного анализа были выделены наиболее выраженные проблемы самоопределения, список которых предлагался далее каждому испытуемому для ранжирования. В таблице 2 представлен ранжированный список основных проблем самоопределения субъектов бизнеса.

Таблица 2. Основные проблемы самоопределения субъектов бизнеса

№	Проблемы самоопределения (по частоте упоминания)
1	Многообразие деловых ролей
2	Трудности принятия решений, сомнения
3	Неопределенность профессии
4	Неустойчивость и противоречивость ценностей бизнес-сообщества
5	Неопределенность границ: «свой — чужой»
6	Быстрая динамика жизненных ценностей и норм
7	Трудности адаптации к новым условиям деятельности и взаимодействия
8	Кризисы карьерного роста
9	Противоречия в задачах бизнеса и моделях управления

Эти данные хорошо соотносятся с предыдущими (табл. 2). Неопределённость, многоплановость размытость профессии, ролевых позиций, предъявляют большие требования к личности человека, занимающегося бизнесом. Они влияют на его поведение, результаты деятельности, выстраивание системы управления и стратегическое развитие, конкурентоспособность бизнеса и т.д. Поэтому самоопределение личности в бизнесе в этих условиях является психологическим ресурсом, который позволяет более эффективно проводить анализ проблемных ситуаций, связанных с решением задач различной сложности, формировать профессионально-важные качества, выстраивать внешние и внутренние коммуникации в организации и т.д.

Проблемы самоопределения связаны с особой социальной ситуацией в обществе, историей становления бизнеса в нашей стране. Профессиональное самоопределение и становление многих опрошенных проходило еще до перестройки или в период начала социально-экономических преобразований в нашей стране. Поэтому они пережили глубокий кризис

идентичности. Для них было сложно определиться по отношению к ценностям бизнес-сообщества, которые остаются противоречивыми и сегодня в силу истории становления бизнеса. Поэтому многие из опрошенных отмечали, что долго не могли почувствовать себя в качестве профессиональных бизнесменов. Им некогда было заниматься вопросами самоопределения, поскольку приходилось много работать, концентрироваться на деле, бизнесе, престиже, успехе, отказываться от гармоничного отдыха, саморазвития, выстраивания отношений с близкими людьми. Все это сказывалось на возможностях самопознания, рефлексии, планировании личных отношений и т.п.

Кризисы самоопределения личности в бизнесе

Анализ биографических самоописаний, стенограмм интервью показал, что практически у всех опрошенных собственников бизнеса в жизни наблюдались периоды, когда они испытывали трудности самоопределения, резкое изменение смысловых и ценностно-мотивационных ориентиров и т.п. Почти у каждого из опрошенных с различной силой и продолжительностью был период смены условий жизни (места жительства, семьи, направления бизнеса и т.п.), которому предшествовал анализ своих мыслей, чувств. Субъективно кризис проявлялся в том, что в какой-то момент возникало ощущение потери смысла происходящего, тупика в развитии, чувство непонимания близкими людьми, разочарования в себе или поставленных задачах и т.п. Проявления кризиса идентичности приводятся в некоторых работах. Мы опирались на данные о переживании кризисов, связанных с профессиональным и социальным самоопределением (Иванова, Румянцева, 2009).

Надо отметить, что все опрошенные упоминали о наличии кризисных ситуаций в их жизни, в то же время они демонстрировали способность рационально анализировать сложившуюся ситуацию, принимать необходимые решения, прилагать усилия для преодоления последствий кризиса. Многие из них выделяли такие ситуации в своей жизни, в которых они переживали резкое изменение представлений о себе, окружающих людях и мире (крушение надежд, иллюзий и т.п.). В этих ситуация они не были до конца уверены в том, что смогут преодолеть все трудности и снова обрести душевное равновесие и целостность. Выходу из трудного положения им помогали такие качества, как гибкость, активность, целеустремленность, легкое отношение к жизни, самоуверенность, знание людей и вера в успех.

Проводилось сравнение двух групп людей (собственники и руководители бизнес-организаций) с явными различиями переживания кризиса. Первая группа (12 человек): высокий уровень переживания кризиса («кризисная группа»). Проявления: трудности в понимании реальной ситуации, новых требований, обретении новой статусно-ролевой и профессиональной позиции, адекватной этим требованиям и своим возможностям. Кризис у этих людей носил ярко выраженный и затяжной характер (от года до двух лет). Вторая группа (10 человек): минимальный уровень переживания кризиса («адаптивная группа»). Проявления: быстрое разрешение кризиса (до полугода), успешное выстраивание новых проектов, расширение круга знакомых, гибкость в отношении работы, места проживания и даже личной жизни. Эти люди быстро ориентировались и адаптировались в новой обстановке, принимали меры для выхода из кризиса, осознавали новые перспективы и возможности в связи с этой ситуацией. В рамках развиваемого нами подхода анализировались показатели идентичности, ценностей, мотивации и способов принятия решений в период переживаемых кризисов в двух группах.

Особенности идентичности. Если сравнить показатели идентичности в двух группах, то можно выделить следующие различия. В «кризисной группе» преобладают показатели рефлексивной и семейной идентичностей, а в «адаптивной группе» несколько выше показа-

тели статусно-ролевых позиций, связанных с образованием и деятельностью. Но, учитывая, что выборки небольшие, можно говорить лишь о некоторой тенденции большей выраженности профессиональной и деловой идентичности у испытуемых, которые легче переживают кризис.

Субъективные проявления кризиса идентичности. Анализ результатов качественного анализа идентичности позволил выявить признаки критичности в структуре идентичности. При этом мы опирались на данные, полученные в исследовании Т. В. Румянцевой, которая выделила субъективные проявления кризиса идентичности в меняющихся социальных условиях (Румянцева, 2009). В табл. 3 приводятся примеры проявлений кризиса идентичности в двух группах.

Таблица 3. Психологические проявления кризиса идентичности

Компоненты структуры идентичности	**Проявления идентичности**	
	Группа 1 (кризисная)	**Группа 2 (адаптивная)**
Учебно–профессиональные	Ситуационные, противоречивые	Перспективные, противоречивые
Социальные, статусно-ролевые	Низкая дифференциация, снижается количество широких социальных ролей	Низкая дифференциация, снижается количество широких социальных ролей. Выходят на первый план минимум ролей, проверенных на прошлом опыте
Деятельностные	Слабо выражены	Перспективные, противоречивые
Рефлексивные, личностные	Слабое осознание себя, своих сильных и слабых сторон	Слабое осознание себя, дисбаланс в представлениях о своих сильных и слабых сторонах
Физические	Негативная оценка физического Я	Потребность в смене физического Я, имиджа
Перспективные позиции	Слабо выражены	Выражены, но противоречивы
Эмоциональные переживания	Негативные или завышенные	Противоречивые или сниженные (жизнь как во сне)

Главные различия между группами касаются характера идентичности, т.е. не просто выраженности тех или иных параметров, а того, как они представлены в общей картине идентичности. В группе лиц, хорошо справляющихся с кризисом, сохраняются перспективные аспекты идентичности, они проявляются не только по отношению к деловому Я, но и к физическому Я (потребность в смене имиджа). Их идентичность можно определить как более системную. В ней выделяется ведущая характеристика (чаще всего профессиональная или деятельная), которая группирует вокруг себя все остальные. Сфера Я также расширяется, человек вспоминает или находит примеры своего участия в различных общностях, профессиональных структурах и т.п. Наблюдается снижение эмоционального уровня переживаний, стремление рационализировать стрессы. Человек регулирует свою энергию, как бы готовится к активному шагу, экономит свои усилия.

В группе глубоко переживающих кризис картина иная: человек расходует свою энергию на переживание момента, неприятной ситуации, но при этом теряет перспективу. Это подтвердил анализ биографических самоописаний. В ситуациях кризиса опрошенные проявляли трудности в решении проблемы, зацикленность на них, неумение расслабляться, «замедлять поток жизни», отдыхать от сенсорной перегрузки. Поэтому можно сказать, что затянувшийся кризис по своей сути — это растянутое во времени решение проблемы, связанной с личным, профессиональным и социальным самоопределением.

Особенности принятия решений. В развиваемом нами подходе уделяется большое внимание процессу принятия решений как «технологической» основе самоопределения. Необходимость обращения к этому параметру подтвердилась и в процессе изучения кризисных явлений, о который говорилось выше. Поэтому приведем данные о способах принятия решений в двух выделенных выше группах. Выявление логического, эмоционального и смешанного способов принятия решения проводилось на основе данных, полученных по методике, позволяющей выявить особенности принятия решений (Крегер, Тьюсон, 1995). Шкала принятия решений позволяет выявить людей с противоположными типами принятия решений: мыслительный (преобладание логического способа) и чувствующий (преобладание эмоционального, субъективного способа). К смешанному типу были отнесены респонденты, у которых не проявилась явная выраженность ни одного из указанных типов принятия решений. Учитывая небольшой размер выборки, мы можем говорить лишь о некоторых тенденциях возможных различий. В сравниваемых группах не проявилось различий в выраженности мыслительного и чувствующего типов. Лишь в некоторой степени эти различия касаются смешанного способа принятия решений в группе с низким уровнем выраженности кризиса. Возможно, что этот показатель свидетельствует о большей интеллектуальной гибкости этих людей. Бизнес относится к видам деятельности, которые требуют от исполнителя когнитивного напряжения, уровня развития качеств, способствующих приему, хранению и переработке информации. В данной работе нам бы хотелось подчеркнуть этот момент, важный для будущих исследований.

Качественный анализ самоописаний (по упоминанию тем) испытуемых выявил различия в поведении представителей двух групп в ситуациях изменений в компаниях. Все опрошенные в этот период, чувствовали угрозу своему материальному и социальному положению (материальному и социальному). При этом наблюдалось изменение критериев оценки людей и событий в сторону негативных ожиданий, преувеличения «образа врага», опасности. Но в ходе развития ситуации представители второй группы быстрее возвращались к более объективной и взвешенной оценке происходящего. Это интересная тенденция, которая говорит об отличиях в поведении представителей двух групп, а также о том, что необходимо и далее изучать особенности поведения в кризисных ситуациях субъектов бизнеса. На основании этих данных можно сказать, что кризис самоопределения проявляется в изменении структуры идентичности. В частности, снижается доля профессиональных показателей идентичности. Он сопровождается депрессивными состояниями, повышением неуверенности, нарушением отношений и т.д.

Общие итоги

В приведенных выше исследованиях сделана попытка выйти за рамки сложившегося в психологии понимания самоопределения личности, как сложного, трудно объективируемого процесса, и показать возможности подхода, в котором сущностную основу социального и профессионального самоопределения составляет социальная идентичность, а процессуальную — принятие решений. Это позволило четко объективировать изучаемые параметры и найти возможность проводить сравнение представителей исследуемой выборки по определенным параметрам. Несмотря на то, что исследование носит пилотажный характер, можно сказать, что используемая нами модель дает нам новые возможности анализа самоопределения личности по отношению к такой сложной профессиональной и социальной среде, как бизнес. В частности, позволяет определять показатели, по которым можно опре-

делять уровень развития самоопределения, сравнивать выраженность этих показателей у клиентов, на этой основе проводить последующее консультирование и обучение личности.

Полученные нами результаты позволяют говорить, что представители бизнеса — это люди дела, которые направлены на профессиональное развитие. Они готовы долго и напряженно работать, поскольку развитие бизнеса является одним из основных смыслов их деятельности. В то же время такая работа может приводить к перенапряжению, психическому выгоранию, кризисам, часто усугубляющимся проблемами взаимодействия. Выходу из трудного положения помогают такие качества, как гибкость, активность, целеустремленность, легкое отношение к жизни, самоуверенность, знание людей и вера в успех. Это соответствует данным о бизнесменах, представленным в других работах (Мелия, 2006). Однако применяемый нами подход позволяет получить более конкретные данные, структурировать проблемы, выделить психологические проявления и причины кризисных явлений. Следует напомнить, что последствия и проявления кризисов самоопределения пока что слабо изучены в психологии. В данной работе была сделана попытка объективировать исследования в этой области, показать, что нам в этом направлении дает анализ параметров идентичности и принятия решений, выделенных в нашей модели самоопределения. Исследование показывает, что человек в ситуации кризиса испытывает трудности в осмыслении своей новой социальной позиции, в принятии новой роли и адаптации к ней. Кризис идентичности проявляется в сужении социальных категорий, большей выраженности характеристик, связанных со знакомыми, понятными общностями (семья, друзья и т.п.), в которых индивид чувствует себя защищенным и востребованным, лучше ориентируется в системе требований, норм и личностных перспектив, что дополняет уже имеющиеся в литературе данные (Румянцева, 2009).

Подчеркнём еще раз, что представленные здесь исследования носили пилотажный характер. Они могут быть положены в основу дальнейших исследований самоопределения личности в бизнесе, в частности, при изучении новых аспектов социализации и профессионализации. Полученные данные могут быть полезны в практической работе с представителями бизнеса. Прежде всего, они значимы для проведения индивидуальной работы, например, в коучинге и психологическом консультировании. Понимание проблем самоопределения сотрудников также необходимо для организации внутрифирменного обучения, построения планов развития, повышения квалификации персонала. Полученные результаты могут быть использованы менеджерами в управлении организационными изменениями для преодоления психологического сопротивления персонала и помощи сотрудникам организации в адаптации к ним.

Литература

Андреева, Г.М. (2000). *Психология социального познания*. М.: Аспект-Пресс.

Бардиер, Г.Л. (2002). *Бизнес-психология*. М.: Генезис.

Емельянов, Е.Н., Поварницына, С.В. (1998). *Психология бизнеса*. М.: Армада.

Ермолаева, Е.П. (2001). Психология профессионального маргинала в социально значимых видах труда (статья вторая). *Психологический журнал, 22(5),* 69–78.

Журавлев, А.Л., Купрейченко, А.Б. (2004). *Проблемы экономической психологии*. Том 1. М.: Институт психологии РАН.

Журавлев, А.Л., Позняков, В.В. (2005). Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, *1,* 27–57.

Иванова, Н.Л. (2008). *Самоопределение личности в бизнесе*. М. — Ярославль: МАПН, Аспект-Пресс.

Иванова, Н.Л. (2011). Личность в бизнесе: проблемы и кризисы самоопределения. В сб. *Психологические проблемы современного бизнеса*. М.: ИД ВШЭ, 27–46.

Иванова, Н.Л. (2004). Структура социальной идентичности личности: проблема анализа. *Психологический журнал, 25(1),* 52–60.

Иванова, Н.Л., Румянцева, Т.В. (2008). *Социальная идентичность: теория и практика*. М.: Изд-во СГУ.

Иванова, Н.Л., Михайлова, Е.В., Штроо, В.А. (2007). *Введение в психологию бизнеса*. М.: ИД ВШЭ.

Иванова, Н.Л., Антонова, Н.В., Штроо, В.А. (2014). *Психология бизнеса*. *Теория и практика.* М.: Юрайт.

Климов, Е.А. (1996). *Психология профессионального самоопределения*. Ростов-на-Дону: Феникс.

Крегер, О., Тьюсон, Дж. (1995). *Типы людей и бизнес*. М.: Персей.

Лебедева, Н.М. (1999). Социальная идентичность на постсоветском пространстве: от поисков самоуважения к поискам смысла. *Психологический журнал, 20(3),* 48–58.

Мазилова, Г.Б. (2006). *Динамика социальной идентичности личности в меняющемся обществе*. Дисс… канд. психол. наук. Ярославль.

Машарова, Т.В., Сырцова Е. Л. (2007). *Социальное самоопределение учащейся молодежи: возможности и проблемы*. Киров: Издательство ВГУ.

Мелия, М. (2006). *Бизнес — это психология*. М.: Альпина Бизнес Букс.

Митина, Л.М. (2002). *Психология развития конкурентоспособной личности*. М.: Издательство МПСИ, НПО «МОДЭК».

Мнацаканян, И.А. (2004). *Адаптация учащихся в новых социокультурных условиях*. Дисс… канд. психол. наук. Ярославль.

Пряжников, Н.С. (2001). *Психология труда и человеческого достоинства*. М.: Академия.

Пряжников, Н.С. (1999). *Теория и практика профессионального самоопределения*. М.: МГППИ.

Петровский, А.В., Ярошевский М. Г. (ред.) (1990). *Психология. Словарь*. М.: Политиздат.

Позняков, В.В. (2006). Социальная психология предпринимательства: состояние исследований и современные тенденции развития. В: *Социальная психология*. Учебное пособие. М.: Форум, 392–410.

Рубинштейн, С.Л. (2006). *Основы общей психологии*. СПб: Питер.

Румянцева, Т.В. (2005). *Трансформация идентичности студентов медицинского вуза в меняющихся социальных условиях*. Дисс… канд. психол. наук. Ярославль.

Свенцицкий, А.Л. (2004). *Социальная психология*. М.: Проспект.

Селин, А.В. (2009). *Жизненный путь личности в социальной ситуации хронического соматического заболевания*. Дисс… канд. психол. наук. Курск.

Стефаненко, Т.Г. (1999). *Социальная психология этнической идентичности*. Дисс… докт. психол. наук. М.

Хесле, В. (1994). Кризис индивидуальной и коллективной идентичности. *Вопросы философии, 10,* 112–123.

Шадриков, В.Д. (2002). *Проблемы системогенеза в профессиональной деятельности*. М.: Логос.

Чепуренко, А.Ю. (2004). *Малое предпринимательство в социальном контексте*. М.: Наука.

Эриксон, Э. (1996). *Идентичность: юность и кризис*. М.: Флинта: МПСИ: Прогресс.

Haslam, A.S., Reicher, S. (2006). Stressing the group: social identity and the unfolding dynamics of responses to stress. *Journal of applied psychology, 9(5),* 1037–1052.

Haslam, A.S., Jetten, J. (2009). Social identity, health and well-being: an emerging agenda for applied psychology. *Applied psychology: an international review, 58 (1),* 1–23.

Tajfel, H., Turner, J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. *Psychology of Intergroup Relations*. Eds. S. Worchel, W. G. Austin. Monterey, CA: Brooks/Cole, 7–24.

McKenna, E.F. (2000). *Business psychology and organizational behavior*. East. Sussex: Psychology Press Ltd. Medley, F. & D. Larochelle.

McKenna, E. F., Tsivrikos, D., and Pheiffer, G. (2014). *Business Psychology and Organizational Behaviour*. Hove: Psychology Press.

Problems of professional and social development personality in business

Natalia IVANOVA
National research university «Higher school of economics», Moscow, Russia

Abstract

In this article we generalized the results of research of person's self-determination in business. The researches were conducted on the base of business psychology — a new applied psychology approach. We develop the approach to understanding of business as psychological activity and social environment of development of personality. On this base we study characteristics, mechanisms, and factors of social and professional development of businessmen. The article is aimed on the exploration of the personal's problems of self-determination in business. Theoretical approach to the problem of self-determination is rather new. In one the social identity and methods of decision making process are make up an essential foundation of social and professional self-determination. By the help of this approach we picked out the concrete parameters for comparisons of people and groups. There are the results of research about businessmen's social identity, conceptions about themselves and own activity, main problems of self-determinations in business, identity crisis, and methods of decision making process. Discovered that crisis of identity manifestations are transformation of social identity system, reduction of professional, statuses and roles characteristic in one. Main problems of self-determination of personality in business are: vagueness, role's diffusiveness, and higher levels of demands from different social institutions. The research has disposition as flights project. In spite of this we studied some characteristics which help us to bring to light a different levels, crisis and problems of professional self-determination, and make a comparison of people between each other's. The practical value of these business-psychology researches is determinate by the tasks of psychological consulting and coaching, training and support.

Keywords: Social and professional development; social identity; professional identity; crisis of identity; problems of professional development; business psychology.

References

Andreeva, G. Moscow (2000). *Psikhologiya sotsial'nogo poznaniya [Psychology of social cognition].* Moscow: Aspekt-Press.

Bardier, G.L. (2002). *Biznes-psikhologiya [Business psychology].* Moscow: Genezis.

Chepurenko, A. Yu. (2004). *Maloe predprinimatel'stvo v sotsial'nom kontekste [Small businesses in social context].* Moscow: Nauka.

Emel'yanov, E.N., Povarnitsyna, S.V. (1998). *Psikhologiya biznesa [Psychology of business].* Moscow: Armada.

Erikson, E. (1996). *Identichnost': yunost' i krizis [Identity: youth and crisis].* Moscow: Flinta: MPSI: Progress.

Ermolaeva, E.P. (2001). Psikhologiya professional'nogo marginala v sotsial'no znachimykh vidakh truda (stat'ya vtoraya) [Professional psychology of marginal in socially significant types of work (second article)]. *Psikhologicheskii Zhurnal, 22(5)*, 69—78.

Address: National Research University Higher School of Economics, 20, Myasnitskaya str., Moscow, 101000. E-mail: sinec@inbox.ru

Haslam, A.S., Jetten, J. (2009). Social identity, health and well-being: an emerging agenda for applied psychology. *Applied psychology: an international review, 58 (1),* 1—23.

Haslam, A.S., Reicher, S. (2006). Stressing the group: social identity and the unfolding dynamics of responses to stress. *Journal of applied psychology, 9(5)*, 1037—1052.

Ivanova, N.L. (2004). Struktura sotsial'noy identichnosti lichnosti: problema analiza [The structure of the social identity of the person: the problem of analysis]. *Psikhologicheskii Zhurnal, 25(1)*, 52—60.

Ivanova, N.L. (2008). *Samoopredelenie lichnosti v biznese [Self-determination of the individual business].* Moscow-Yaroslavl': MAPN, Aspekt-Press.

Ivanova, N.L. (2011). Lichnost' v biznese: problemy i krizisy samoopredeleniya [Personality in business: problems and crises of self-determination]. *Psikhologicheskie problemy sovremennogo biznesa.* Moscow: ID VShE, 27—46.

Ivanova, N.L., Antonova, N.V., Shtroo, V.A. (2014). *Psikhologiya biznesa. Teoriya i praktika [Business Psychology. Theory and practice].* Moscow: Yurayt.

Ivanova, N.L., Mikhaylova, E.V., Shtroo, V.A. (2007). *Vvedenie v psikhologiyu biznesa [Introduction to psychology of business].* Moscow: ID VShE.

Ivanova, N.L., Rumyantseva, T.V. (2008). *Sotsial'naya identichnost': teoriya i praktika [Social identity: theory and practice].* Moscow: Izd-vo SGU.

Hoesle, V. (1994). Krizis individual'noy i kollektivnoy identichnosti [Crisis of individual and collective identity]. *Voprosy Filosofii, 10*, 112—123.

Klimov, E.A. (1996). *Psikhologiya professional'nogo samoopredeleniya [Psychology of professional self-determination].* Rostov-na-Donu: Feniks.

Kroeger, O., Thuesen, J. (1995). *Tipy lyudey i biznes [Type Talk at Work].* Moscow: Persey.

Lebedeva, N.M. (1999). Sotsial'naya identichnost" na postsovetskom prostranstve: ot poiskov samouvazheniya k poiskam smysla [Social identity in post-soviet space: from searching for self-esteem to searching for sense]. *Psikhologicheskii Zhurnal, 20(3)*, 48—58.

Masharova, T.V., Syrtsova E. L. (2007). *Sotsial'noe samoopredelenie uchashcheysya molodezhi: vozmozhnosti i problemy [Social self-determination of students: opportunities and challenges].* Kirov: Izdatel'stvo VGU.

Mazilova, G.B. (2006). *Dinamika sotsial'noy identichnosti lichnosti v menyayushchemsya obshchestve [Social dynamics of personal identity in a changing society].* Dissertation of doctor of Psychological Sciences. Yaroslavl".

McKenna, E. F., Tsivrikos, D., and Pheiffer, G. (2014). *Business Psychology and Organizational Behaviour*. Hove: Psychology Press.

McKenna, E.F. (2000). *Business psychology and organizational behavior.* East. Sussex: Psychology Press Ltd. Medley, F. & D. Larochelle.

Meliya, M. (2006). *Biznes — eto psikhologiya [Business — it's psychology].* Moscow: Al'pina Biznes Buks.

Mitina, L.M. (2002). *Psikhologiya razvitiya konkurentosposobnoy lichnosti [Psychology of development of competitive person].* Moscow: Izdatel'stvo MPSI, NPO "MODEK".

Mnatsakanyan, I.A. (2004). *Adaptatsiya uchashchikhsya v novykh sotsiokul'turnykh usloviyakh [Adaptation of pupils in new socio-cultural conditions].* Dissertation of doctor of Psychological Sciences. Yaroslavl".

Petrovskiy, A.V., Yaroshevskiy M. G. (red.) (1990). *Psikhologiya. Slovar'. [Psychology. Dictionary.]* Moscow: Politizdat.

Poznyakov, V.V. (2006). Sotsial'naya psikhologiya predprinimatel'stva: sostoyanie issledovaniy i sovremennye tendentsii razvitiya [Social psychology of entrepreneurship: the state of research and modern trends]. In: *Sotsial'naya psikhologiya.* Uchebnoe posobie. Moscow: Forum, 392—410.

Pryazhnikov, N.S. (1999). *Teoriya i praktika professional'nogo samoopredeleniya [Theory and practice of professional self-determination].* Moscow: MGPPI.

Pryazhnikov, N.S. (2001). *Psikhologiya truda i chelovecheskogo dostoinstva [Psychology of labour and human dignity].* Moscow: Akademiya.

Rubinshteyn, S.L. (2006). *Osnovy obshchey psikhologii [Fundamentals of general psychology].* Saint-Petersburg: Piter.

Rumyantseva, T.V. (2005). *Transformatsiya identichnosti studentov meditsinskogo vuza v menyayushchikhsya sotsial'nykh usloviyakh [Transformation of identity medical students in changing social conditions].* Dissertation of doctor of Psychological Sciences. Yaroslavl".

Selin, A.V. (2009). *Zhiznennyy put' lichnosti v sotsial'noy situatsii khronicheskogo somaticheskogo zabolevaniya [Sourse of life of individual in the social situation of chronic physical illness].* Dissertation of doctor of Psychological Sciences. Kursk.

Shadrikov, V.D. (2002). *Problemy sistemogeneza v professional'noy deyatel'nosti [Problems of system-genesis in professional activity].* Moscow: Logos.

Stefanenko, T.G. (1999). *Sotsial'naya psikhologiya etnicheskoy identichnosti [Social psychology of ethnic identity].* Dissertation of doctor of Psychological Sciences. Moscow

Sventsitskiy, A.L. (2004). *Sotsial'naya psikhologiya [Social psychology].* Moscow: Prospekt.

Tajfel, H., Turner, J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In: *Psychology of Intergroup Relations.* Eds. S. Worchel, W. G. Austin. Monterey, CA: Brooks/Cole, 7—24.

Zhuravlev, A.L., Kupreychenko, A.B. (2004). *Problemy ekonomicheskoy psikhologii [Problems of Economic Psychology].* Tom 1. Moscow: Institut psikhologii RAN.

Zhuravlev, A.L., Poznyakov, V.V. (2005). Ekonomicheskaya psikhologiya: teoreticheskie problemy i napravleniya empiricheskikh issledovaniy [Economic psychology: theoretical issues and empirical research directions]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki, 1*, 27—57.