

## САМООПРЕДЕЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В БИЗНЕСЕ: ПРОБЛЕМЫ И МОДЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Н.Л. ИВАНОВА



Иванова Наталья Львовна – профессор факультета психологии НИУ-ВШЭ, заведующая кафедрой факультета государственного и муниципального управления НИУ ВШЭ, доктор психологических наук. Автор монографий «Образование в западных странах на рубеже веков» (1999), «Социальная идентичность и профессиональный опыт личности» (2003, в соавт.), «Социальная идентичность: структура и трансформация» (2004).

Область профессиональных интересов: психология социальной идентичности и межгрупповые отношения, профессиональная деятельность, профессиональная идентичность, межкультурное взаимодействие.

Контакты: sinec@inbox.ru

---

### Резюме

*В статье проводится анализ проблемы самоопределения личности в профессиональной и социальной среде. Рассматривается модель самоопределения, в основе которой лежит сочетание особенностей самосознания (социальная идентичность, самоотношение, мотивы, ценности) и способов принятия решений. Практическая направленность работы связана с проблематикой психологии бизнеса, в частности, с изучением проблем самоопределения личности в современном бизнесе. Сделана попытка типологизации особенностей самоопределения.*

**Ключевые слова:** *самоопределение личности, социальная идентичность, профессиональная идентичность, проблемы профессионализации и социализации.*

---

### Введение

Самоопределение личности – это актуальная предметная область психологических исследований. Многие аспекты жизни и деятельности человека зависят от того, какое

место он себе отводит в социальной среде, каким образом выстраивает свой профессиональный путь, какие осваивает социальные роли и т.д. Поэтому особенности самоопределения связаны с эффективностью деятельности индивида, его способностями к

---

Работа выполнена в рамках проекта «Самоопределение личности в бизнесе: проблемы, модели, подходы» при поддержке программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2011 г.

самореализации, саморазвитию, преодолению кризисов и т.д.

В статье рассматриваются проблемы самоопределения личности в бизнесе. Бизнес как неотъемлемая часть новых экономических отношений требует от своего субъекта непрерывного самосовершенствования, умения выстраивать нужные отношения и управлять различными по численности группами людей и т.д. С психологической точки зрения, бизнес представляет собой особую деятельность и в то же время сложно организованную социальную и профессиональную среду, которая оказывает большое влияние на личность человека (Емельянов, Поварицына, 1998; Журавлев, Купрейченко, 2004; Иванова, Михайлова, Штроо, 2007; и др.). Самоопределение личности в бизнесе сопровождается постижением норм, правил, ценностей и других аспектов бизнес-сообщества, а также формированием представлений у специалистов о своих профессионально важных качествах, способностях и других характеристиках, обеспечивающих эффективность деятельности.

Бизнес является очень динамичной средой, поэтому в компаниях и организациях растет потребность в психологически грамотных и развитых кадрах, понимающих, кто они и какой смысл имеет для них деятельность. Человек, который определился в социальной и профессиональной сфере, может лучше контролировать свою жизнь и добиваться успеха в деятельности. Способности человека понять условия социальной среды и адаптироваться к ним, «продержаться» на постоянно меняющемся рынке профессий относятся к важ-

ным факторам конкурентоспособности личности в бизнесе (Иванова, Степанищева, 2009). Как известно, конкурентоспособность бизнеса, с экономической точки зрения, определяется его рыночной жизнеспособностью. В определенном смысле можно сказать, что и конкурентные преимущества человека, который организует бизнес-деятельность, также проверяются его причастностью к рынку, только не товаров и услуг, а труда. Это проявляется в профессиональных компетенциях, способностях, возможностях занять определенную статусно-ролевую позицию в организации, удержаться на ней, в качестве выполнения своих обязанностей и т.д. Конкуренция как одно из важнейших условий существования бизнеса заставляет человека, если он хочет выиграть, постоянно развиваться, профессионально и личностно.

В связи с этим уместно упомянуть о том, что в психологии сложились определенные представления о профессионализме, применимые и к анализу деятельности бизнесмена. Профессионал, как субъект труда, в отличие от исполнителя сам ставит цели деятельности, определяет пути и средства их достижения, несет ответственность за последствия ее реализации. Он владеет деятельностью в целом, удерживает ее предметность в многообразных практических ситуациях, способен к построению деятельности, ее изменению и развитию (Шадриков, 2007). Поэтому, на наш взгляд, успешно и стабильно конкурировать могут лишь те бизнесмены, которые профессионально и личностно удовлетворяют требованиям деятельности, понимают свою ответственность перед обществом, способны к

самоконтролю и развитию, осмысленному отношению к самим себе.

В то же время условия динамично развивающегося общества и мира профессий по-разному отражаются в самосознании личности. Сложившиеся представления человека о себе, своей работе, деловой этике могут как способствовать его продвижению в профессиональном и карьерном поле, так и тормозить его (Зеер, 2003; Климов, 1996; Орел, 2005; Пряжников, 1999). В связи с этим перед психологами встают вопросы о том, как эффективность деятельности связана с особенностями самосознания личности, в частности, с представлениями о требованиях деятельности, специфике сообщества, о собственных профессиональных и личностных качествах и т.д. Ответы на эти вопросы — в области проблематики самоопределения личности.

Самоопределение личности — междисциплинарная проблема, которая изучается в психологии, педагогике, социологии, политологии и других гуманитарных науках. Субъектом самоопределения является личность, оказавшаяся перед проблемой выбора, принятия решения о своем месте в обществе, о будущей деятельности и т.п. С психологической точки зрения, это явление рассматривается как сознательный акт выявления и утверждения собственной позиции в проблемных ситуациях (Психология, 1990), как внутренняя активность, которая придает определенность личности и через которую преломляются внешние воздействия (Рубинштейн, 2006). В то же время это и сознательный процесс анализа, принятия, проверки на прочность не только собственной позиции, но и

представлений о самом себе в проблемных ситуациях (Пряжников, 1999). В рамках концепции самодетерминации самоопределение выступает как процесс формирования жизненно важных навыков, знаний и убеждений личности, позволяющих субъекту осуществлять автономное поведение, постановку целей и их достижение, саморегуляцию и т.п. (Deci, Ryan, 2000; Ryan, Deci, 2006).

Самоопределение рассматривается как условие формирования профессионально важных качеств и успешного овладения деятельностью, а также как процесс, во многом обеспечивающий успешность социальной адаптации и профессионализации (Кудрявцев, Шегунов, 1983; Машарова, Сырцова, 2007; Митина, 2003; Пряжников, 1999, 2001; и др.). В этом подходе проявляется сложившаяся в отечественной психологии логика осмысления критериев профессионального развития и характеристик профессионала. Профессионал как субъект труда, в отличие от исполнителя, 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 (Маркова, 1996; Шадриков, 2007). В этом подходе проявляется также тенденция поиска закономерностей формирования личности профессионала, например, с точки зрения оптимальности. Отношения оптимума могут не только характеризовать стадию профессионализации личности, но проявляться и на регрессивном этапе профессионального становления (Орел, 2007, 2009).

В социально-психологическом контексте самоопределение предстает как процесс формирования Я-концепции (социальной идентичности) личности через освоение и принятие индивидом социальных ролей, позиций в общей системе социальных отношений (Андреева, 2000; Свенцицкий, 2004).

Говоря о психологической природе самоопределения, нам бы хотелось обратить внимание на следующие моменты. Большое место в исследованиях занимает проблематика идентичности, в которой выражаются определенный содержательный результат и процессуальный смысл самоопределения (Ермолаева, 2001; Климов, 1996; Поваренков, 2002; и др.). Современным направлением психологических исследований в этой области является изучение социальной идентичности, которое восходит к работам А. Тэшфела и направлено на выявление роли социальной среды в развитии самосознания личности (Tajfel, 1972; Tajfel, Turner, 1986).

Применительно к профессиональной деятельности в психологии исследуются в основном такие разновидности идентичности, как социальная и профессиональная, что в целом отражает сложившееся в культуре отношение к профессионалу, который является не только носителем профессиональных качеств, но и представителем различных групп, общества, эпохи. Например, Е.П. Ермолаева показала, что ситуации, в которых у людей наблюдаются трудности самоидентификации, выражен профессиональный маргинализм, могут рассматриваться как признак нестабильных обществ. Масштабные профессиональные кризисы продуциру-

ют маргиналов, отвергающих или негативно оценивающих свою прежнюю идентичность, что снижает уровень зрелости общества (Ермолаева, 2001).

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, но и опыт работы над собой, развитие навыков принятия решения в определенных условиях, т.е. возможность рассмотрения неких параметров самоопределения, которые связаны с особенностями принятия решений.

Мы рассматриваем самоопределение в двух аспектах: во-первых, конструирования социальной идентичности; во-вторых, разрешения проблемной ситуации, принятия решения (Иванова, 2008). В ходе конструирования идентичности происходит а) восприятие субъектом несоответствия его индивидуальных и личностных свойств (качеств, социально-ролевых позиций, уровня, места в обществе и т.д.) требованиям окружающей среды; б) соотнесение своих качеств с реальными или представляемыми эталонами (требованиями, статусами, ролями, культурными традициями и т.д.); в) перестройка представлений о себе, в том числе и путем выбора качеств, которые по объективным или субъективным причинам оптимальны для жизнедеятельности в сложившейся ситуации. Процесс принятия решений основан на активности индивида по выявлению и утверждению собственной позиции в проблемных ситуациях, аналогичной

процессу решения задач с различной степенью неопределенности, сложности и изменчивости. Такой подход позволяет предложить гипотетическую модель самоопределения, основанную на сочетании двух системных характеристик: социальной идентичности и способа принятия решений. Уровень этих характеристик в данной модели может определяться следующим образом:

а) идентичность — по степени выраженности деловых и профессиональных составляющих от минимальной до максимальной (базисная, рефлексивная, деловая);

б) способ принятия решений — по степени выраженности рациональных способов анализа и переработки информации (эмоциональные и логические).

В рамках данного анализа одной из основных функций самоопределения будет подготовка и принятие оптимального решения человеком о своем месте в социальной и профессиональной среде, своем будущем в тех контекстах, в которых развивается проблемная ситуация. При этом содержательным результатом самоопределения является социальная идентичность личности. Применение данного подхода позволило по-новому посмотреть на проблемы профессионализации личности в бизнесе.

### **Эмпирическое исследование**

Рассмотрим некоторые результаты эмпирического исследования, которое проводилось нами в 2006–2009 гг. Целью исследования явилось изучение социального и профессионального самоопределения у субъектов бизнеса. Выборку составили: участ-

ствующие в управлении собственники организаций (9 человек), топ-менеджеры, руководители отделов (32 человека), менеджеры среднего звена (78 человек). Всего опрошено 119 человек (67 женщин и 52 мужчины) в возрасте от 29 до 52 лет. Методология исследования основана на сочетании качественных и количественных методов. Использовались методы: модифицированный вариант методики «Кто я?» (Иванова, 2003), опросник Д. Кейрси (Иванова и др., 2007), биографические самоописания, контент-анализ, анкетирование, интервью, наблюдение.

1. Методика «Двадцать утверждений» М. Куна и Т. Мак-Партланда, несмотря на свои ограничения, применяется в социально-психологических и социологических исследованиях идентичности (Иванова, 2004). Испытуемому задавался вопрос: «Кто я?» Подсчитывалось количество следующих характеристик: личностные, социально-ролевые, профессионально-деловые, семейные, этнические, гражданские, локальные, глобальные.

2. Методика выявления преобладающих ценностей (Иванова, 2003). Испытуемому предлагался для ранжирования по порядку субъективной значимости следующий список ценностей: 1 — демократические ценности; 2 — безопасность, защищенность жизни; 3 — общественная польза; 4 — лидерство, власть; 5 — популярность, известность; 6 — автономия, свобода; 7 — материальное благополучие; 8 — развитие личности и способностей; 9 — успех в делах; 10 — здоровье; 11 — семейное благополучие; 12 — внешняя привлекательность; 13 — разнообразный отдых; 14 — общение; 15 —

культурные блага. Проводилось сравнение ранговых мест ценностей у каждого испытуемого.

3. Модифицированный вариант опросника Д. Кейрси (Иванова, Михайлова, Штроо, 2007) включает следующие шкалы: *Экстраверсия – Интроверсия*; *Здравый смысл – Интуиция*; *Логичность – Чувствительность*; *Рассудительность – Импульсивность*. Шкала принятия решений: а) *Мыслительный* (Т), у которого преобладает объективный логический анализ; б) *Чувствующий* (F), который принимает решения с помощью целостной оценки ситуации, руководствуясь личностными ценностями (Крегер, Тьюсон, 1995). Подсчитывалось количество положительных ответов по шкалам, проводился дополнительный анализ по шкале принятия решений.

4. Методика «Незаконченные предложения» использовалась для проективного выявления отношения к себе и бизнесу. Испытуемые должны были завершить четыре предложения: «Бизнес – это...», «Люди работают в бизнесе, потому что...», «В бизнесе можно достичь успеха, если...», «Проблемы в бизнесе возникают, потому что...». Методика выполняется индивидуально. Среднее время заполнения – 15–20 минут.

5. Самоописания. Испытуемые в свободной форме отвечали на вопросы: «Почему Вы работаете в бизнесе? Что повлияло на Ваш выбор? Что Вы думаете о своем будущем?»

Обработка результатов методик «Двадцать утверждений», «Незаконченные предложения», «Самоописания» проводилась на основе контент-анализа. Выявлялись социальные характеристики, представления о бизнесе и бизнесменах, показатели иден-

тичности. Подсчитывалось количество показателей у каждого испытуемого, данные переводились в баллы. В этой процедуре принимали участие два эксперта – психологи, имеющие опыт работы с личностными методиками.

## Результаты

1. Проблемы и кризисные проявления самоопределения личности в бизнесе.

Основные проблемы в этой сфере связаны с наличием многочисленных ролевых позиций субъектов бизнеса, что затрудняет формирование четкой идентичности (Иванова, 2011).

Кризис самоопределения проявляется в изменении и структуры идентичности, и особенностей принятия решений. Что касается идентичности, наблюдается сужение социальных категорий и увеличение характеристик, связанных с более 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. При этом могут наблюдаться болезненные жизненные переживания, депрессивные состояния, проблемы личностного характера (неудовлетворенность собой, пересмотр своих ценностей), неудовлетворенность межличностными отношениями.

Ситуации кризиса у некоторых испытуемых были связаны со снижением способности оптимального решения проблем, умения отключаться от них, расслабляться, «замедлять поток жизни», отдыхать от сенсорной перегрузки. В этом смысле затянувшийся кризис выглядит как растянутое во времени решение проблемы,

связанной с личным, профессиональным и социальным самоопределением (Иванова, 2009а).

2. В рамках развиваемого нами подхода сделана попытка типологизации особенностей самоопределения личности (Иванова, 2009б). Проблема построения подобной типологии, на наш взгляд, заключается в том, что в ней должны быть учтены разнообразные особенности субъекта: когнитивные, мотивационные, поведенческие и т.д.

На основе представлений о структуре идентичности (Иванова, 2003; Weinreich, Saunderson, 2003), проблемах самоопределения личности в бизнесе (Иванова, 2008), а также о специфике и типах решений (Канеман и др., 2005; Карпов, 1996, 2005; Корнилова, 2003; Крегер, Тьюсон, 1995) нами были выделены следующие основные параметры типов самоопределения (подсистемные характеристики): локализация идентичности (узкая, ситуационная, широкая и т.п.); место идентичности в континууме социализации (дана от рождения, появляется благодаря социальным институтам); мотивация (самоуважения, самозащиты, саморазвития и т.д.); ценности (семьи, общества, профессиональной группы

и т.д.); способ принятия решений (логический, ценностно-потребностный, индивидуальный, групповой); способ анализа ситуации (объективный, логический, целостный, интуитивный, эмоциональный).

Сочетание данных характеристик позволяет теоретически выделить шесть типов самоопределения личности (таблица 1).

В эмпирическом исследовании на основе кластерного анализа параметров идентичности и способов принятия решений на изучаемой выборке было выявлено шесть кластеров, которые соответствуют теоретически выделенным типам.

Результаты показывают, что 30.3% испытуемых относятся к первому типу, 10.1% — ко второму, 16% — к третьему, 9.2% — к четвертому, 17.7% — к пятому, 16.7% — к шестому типу самоопределения (из 119 человек).

Распределение испытуемых по типам представлено на рисунке 1.

3. Анализ представлений о бизнесе, особенностей выбора этой сферы, понимания факторов успеха у представителей каждого типа (таблица 2).

Эти данные позволяют говорить скорее о тенденциях, чем о закономерностях, для выявления которых требуется более широкая выборка.

Таблица 1

Типы самоопределения

Способ решений	Идентичность		
	Базисная	Рефлексивная	Деловая
Эмоциональный, ценностный	Базисный эмоциональный (БЭ)	Рефлексивный эмоциональный (РЭ)	Деловой эмоциональный (ДЭ)
Логический	Базисный логический (БЛ)	Рефлексивный логический (РЛ)	Деловой логический (ДЛ)

Но, поскольку подобных эмпирических исследований проводилось очень мало, нам важно было хотя бы на пилотажном уровне посмотреть, что дает применение новой модели к систематизации различных данных об отношении представителей бизнеса к своему делу, их видении факторов успеха и неудач в этой области и т.п. Из таблицы 2 видно, что все опрошенные воспринимают бизнес прежде всего как источник получения выгоды. В то же время наблюдаются различные субъективные представления об этом явлении, как положительные (бизнес — это интересная жизнь), так и отрицательные (бизнес — это зло). Кроме того, у некоторых типов выявлено абивалентное отношение к бизнесу: «Это путь к развитию, свободе, но и опасность для человека и общества».

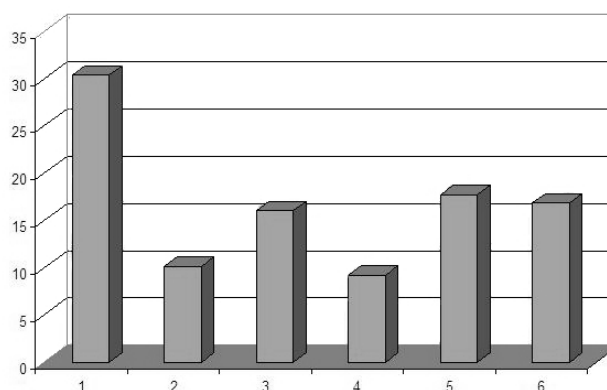
Выявлены различия в представлениях о бизнесе у субъектов, относящихся к различным типам, это представления, оценивающие 1) объ-

ективные показатели бизнеса: деятельность, социальная среда, производство товаров и услуг и т.п.; 2) роль бизнеса для развития личности: самореализация, получение опыта, расширение круга общения, обучение и т.п.; 3) место бизнеса в жизнедеятельности человека как в положительном, так и в отрицательном аспекте: обретение свободы, реализация амбиций, интересная жизнь (положительные), зло, нарушение человеческих ценностей, угроза здоровью, потеря друзей (отрицательные).

Наблюдаются различия в отношении к собственным перспективам, факторам успеха и проблем в деятельности у представителей различных типов. Так, представители деловых типов при анализе фактора выбора профессиональной деятельности отмечают роль мотивации, своих способностей, имеющегося опыта, полученного образования. Они не отвергают и роль удачи, случайности, но не придают им решающего

Рисунок 1

Распределение типов самоопределения у субъектов бизнеса



*Примечание.* 1 — деловой логический, 2 — деловой ценностный, 3 — рефлексивный аналитический, 4 — рефлексивный ценностный, 5 — базисный рациональный, 6 — базисный эмоциональный.



Таблица 2

## Особенности представлений о бизнесе у лиц с различными типами самоопределения

Типы САМ	Понятие бизнеса	Факторы выбора	Причины успеха	Причины проблем	Образы будущего
ДЛ	Выгода, прибыль, самореализация	Опыт, образование, мотивация	Труд, анализ, расчет	Недоработки, ошибки расчета и реализации, здоровье	Перспектива, управление, расчет, новый бизнес
ДЦ	Выгода, интересная жизнь	Пример, образование, мотивация	Труд, отношения, смысл	Недоработки, ошибки, отвлечения	Перспектива, управление, гибкость, новый бизнес
РА	Выгода, цель, образ жизни	История, опыт, мотивация, способности	Смысл, отношения, расчет, цель	Ситуация, ошибки расчета, помехи	Позитив, гибкость, новизна
РЦ	Выгода, путь к свободе, опасность	Традиции, мотивация, способности	Смысл, люди, удача, интуиция, криминал	Ситуация, невезенье, усталость	Позитив, гибкость, свобода, признание
БЛ	Достаток, работа, способ выживания	Ситуация, опыт, семья	Труд, удача, амбиции, осторожность	Руководство, опыт, знания, здоровье	Позитив, планирование, рамки
БЭ	Достаток, труд, зло, насилие	Нужда, семья, опыт	Труд, осторожность, криминал	Негатив, ценности, опыт, криминал	Неопределенность, трудности

*Примечание.* САМ – самоопределение, ДЛ – деловой логический, ДЦ – деловой ценностный, РА – рефлексивный аналитический, РЦ – рефлексивный ценностный, БЛ – базисный логический, БЭ – базисный эмоциональный.

значения. В то время как представители базисных типов отмечают прежде всего роль ситуации, членов семьи, близких людей, которые направляли их выбор, помогали получить образование или место работы и т.п. Несколько похожая картина наблюдается и в представлениях о факторах успеха и проблемах в деятельности: в одном случае большее значение придается результатам собственных действий, в другом – ситуации, руководству и т.п. В отношении к своему будущему также выявились различия в основном между деловыми и базисными типами. У первых типов,

приведенных в таблице 2, отмечается видение перспективы, планируемого будущего, возможность инноваций, новых направлений деятельности, смены местожительства и т.п. У последних – чаще отмечают желание стабильности, страх перемен, предвосхищение трудностей и проблем.

### Итоги

В нашей работе сделана попытка теоретического обоснования и эмпирической проверки модели самоопределения личности, базирующейся на анализе психологического со-

держания и механизмов этого процесса. Согласно этой модели, самоопределение рассматривается как процесс конструирования социальной идентичности и принятия решения в проблемной ситуации, связанной с определенными изменениями в жизнедеятельности индивида. Решая конкретные проблемы, не имеющие, на первый взгляд, психологического содержания, человек в то же время реализует и активность, позволяющую ему проявлять и упрочивать собственную позицию в новой ситуации на основе сопоставления собственных качеств с внешними условиями жизнедеятельности и выбора направления развития. И немалую роль в этом играет необходимость принятия решения о самом себе как профессионале или как о субъекте взаимодействия.

Самоопределение предстает как процесс, сопровождающий индивида на протяжении всей его жизни. Каждый человек может работать над своим профессиональным и личностным обликом, вырабатывать у себя новые, более оптимальные, способы анализа информации и принятия решений о деятельности, своем социальном окружении и себе самом. Вопрос о том, кем быть и каким быть, остается открытым для человека практически на протяжении всей его жизни, если относиться осмысленно к своему прошлому, настоящему и будущему. Поэтому исследование самоопределения личности в бизнесе позволяет увидеть проблемные точки в процессе поиска индивидом себя в такой сложной социальной и профессиональной среде, как бизнес. Люди по-своему подходят к анализу проблемной ситуации, выбору реше-

ния. Оказавшись в проблемной ситуации, например, связанной со сменной социальной или профессиональной среды, они находят индивидуальный способ выстраивания новой перспективы своего развития.

Как деятельность бизнес сопровождается личностным и профессиональным развитием и самосовершенствованием субъектов. Самоопределение бизнесмена связано с решением различной сложности задач, формированием чувства причастности к профессиональному сообществу, пониманием смысловых контекстов деятельности, обретением профессионально важных качеств и т.д.

Предложенный подход и полученные результаты позволяют говорить о том, что выборка представителей бизнеса характеризуется преобладанием профессионально-деловой идентичности и логическими способами принятия решений. Но, несмотря на то что эти люди способны работать долго и напряженно, их личностная организация может приводить на поведенческом уровне к перенапряжению, психическому выгоранию, кризисам, которые могут усугубляться проблемами взаимодействия.

Подчеркнем, что в проблеме самоопределения мы отводим особое место формированию идентичности. Мы рассматриваем идентичность как важнейший психологический фактор профессионального развития. «Кто я?» — основной вопрос идентичности, который сопровождает человека на протяжении всей его жизни. Ответ на него определяет многие стороны жизни человека: разделение людей на своих и чужих, выбор имиджа, стиля поведения, отношение к окружающим и т.д.

В нашем исследовании сделана попытка выйти за рамки сложившегося в психологии отношения к проблеме самоопределения личности, найти подход к анализу этого явления с учетом как развития самосознания личности, так и особенностей деятельности. Конечно, выявленные результаты можно отнести к разряду предварительных (пилотажных), требуются исследования на более широкой выборке. Тем не менее полученные данные показывают, что сам подход и предложенная модель дают нам новые возможности анализа самоопределения по отношению к сложной профессиональной деятельности. Проявилась тенденция различного видения субъектами бизнеса своего места в нем в зависимости от типологических особенностей

самоопределения. Полученные данные могут быть полезны для более полного понимания природы и механизмов активности личности в ситуации выбора, смены профессиональной и социальной среды и, как следствие, для развития системы психологического консультирования, обучения и терапии как в индивидуальном, так и организационном плане.

В то же время для нас остается открытым вопрос о том, насколько помогает знание типологии в работе бизнес-психолога. Мы думаем, что полученная информация может носить пропедевтический характер для тех, кто занимается бизнесом или проводит консультационную, обучающую деятельность с представителями бизнес-организаций.

## Литература

- Андреева Г.М.* Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000.
- Емельянов Е.Н., Поварицына С.В.* Психология бизнеса. М.: Армада, 1998.
- Ермолаева Е.П.* Психология профессионального маргинала в социально значимых видах труда (статья вторая) // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 5. С. 69–78.
- Журавлев А.Л., Куррейченко А.Б.* Проблемы экономической психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. Т. 1.
- Зеер Э.Ф.* Психология профессий. М: Академический проект, 2003.
- Иванова Н.Л.* Психологическая структура социальной идентичности: Дис. ... д-ра психол. наук. Ярославль, 2003.
- Иванова Н.Л.* Структура социальной идентичности личности: проблема анализа // Психологический журнал. 2004. Т. 2. № 1. С. 52–60.
- Иванова Н.Л.* Самоопределение личности в бизнесе. М.; Ярославль: Аверс-Пресс, 2008.
- Иванова Н.Л.* Кризис самоопределения личности: феномен и проявление. Социальные представления и самоопределение молодежи в изменяющемся мире. Саратов: СГУ, 2009а. Т. 1.
- Иванова Н.Л.* Типологические особенности самоопределения представителей менеджмента бизнес-организаций // Психология образования. 2009б. № 3. С. 77–90.
- Иванова Н.Л.* Личность в бизнесе: проблемы и кризисы самоопределения //

Психологические проблемы современного бизнеса. М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2011.

*Иванова Н.Л., Михайлова Е.В., Штроо В.А.* Введение в психологию бизнеса: Учебное пособие. М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2007.

*Иванова Н.Л., Степанищева А.Н.* Системогенетический подход в исследовании самоопределения личности в бизнесе // Ярославский психологический вестник. М.: РПО; Ярославль: ЯрГУ, 2009. Вып. 25. С. 27–32.

*Канеман Д., Словик П., Тверски А.* Принятие решений в неопределенности. Харьков: Гуманитарный центр, 2005.

*Карпов А.В.* Психология принятия управленческих решений. М.: Юрист, 1996.

*Карпов А.В.* Психология менеджмента. М.: Гардирики, 2005.

*Климов Е.А.* Психология профессионального самоопределения. М.: Изд-во Института практической психологии, 1996.

*Корнилова Т.В.* Психология риска и принятия решений. М.: Аспект Пресс, 2003.

*Крегер О., Тьюсон Дж.М.* Типы людей в бизнесе. М., 1995.

*Кудрявцев Т.В., Шегунов В.Ю.* Психологический анализ динамики профессионального самоопределения личности // Вопросы психологии. 1983. № 2. С. 52–59.

*Маркова А.К.* Психология профессионализма. М.: МФ Знание, 1996.

*Машарова Т.В., Сырцова Е.Л.* Социальное самоопределение учащейся молодежи: возможности и проблемы. Киров: КГУ, 2007.

*Митина Л.М.* Психология развития конкурентоспособной личности. М.: МПСИ, 2003.

*Орел В.Е.* Категория «оптимума» как объяснительный механизм соотношения стадий профессионального развития личности // Ярославский психологический вестник. М.: РПО; Ярославль: ЯрГУ, 2007. Вып. 22. С. 73–80.

*Орел В.Е.* Проблема профессиональных деструкций в свете системогенетического подхода // Ярославский психологический вестник. М.: РПО; Ярославль: ЯрГУ, 2009. Вып. 25. С. 56–60.

*Орел В.Е.* Синдром психического выгорания личности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.

*Поваренков Ю.П.* Психологическое содержание профессионального становления человека. М.: Изд-во УРАО, 2002.

Психология. Словарь / Под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990.

*Пряжников Н.С.* Психология труда и человеческого достоинства. М., 2001.

*Пряжников Н.С.* Теория и практика профессионального самоопределения. М., 1999.

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

*Свенцицкий А.Л.* Социальная психология. М., 2004.

*Шадриков В.Д.* Проблемы системогенеза в профессиональной деятельности. М.: Логос, 2007.

*Deci E.L., Ryan R.M.* The «what» and «why» of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior // Psychological Inquiry. 2000. 11. 227–268.

*Ryan R.M., Deci E.L.* Self-regulation and the problem of human autonomy: Does psychology need choice, self-determination, and will? // Journal of Personality. 2006. 74. 1557–1585.

*Tajfel H.* Experiments in vacuum // The Context of Social Psychology: A Critical Assessment. London, 1972.

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

*Weinreich P., Saunderson W.* Analysing identity: cross-cultural, societal, and clinical contexts. N.Y.: Routledge, 2003.