

Полученные результаты диагностического исследования по методике диагностики учебной мотивации получили следующие данные. У большинства студентов высокие показатели получились по шкалам: профессиональные мотивы (60%); социальные мотивы (55%); мотивы творческой самореализации (50%). Это означает, что в основном студентам нравятся выбранная профессия, хотят обеспечить успешность своей профессиональной деятельности и хотят стать высококвалифицированными специалистами. По второму мотиву означает, что эти респонденты считают, что полученные знания позволят добиться им всего необходимого и от этого зависит их уровень материальной обеспеченности в будущем. Для студентов с мотивом творческой самореализацией важным является узнавать новое, заниматься творческой деятельностью, развиваться в обществе.

Средняя степень у большинства студентов выявилось в учебно-познавательном мотиве (60%). Этот мотив направлен, чтобы успешно учиться, чтобы приобрести глубокие, прочные знания. Эти студенты надеются в будущем заняться научной деятельностью по специальности. Низкая степень показывает мотив избегания (95%) и мотив престижа (65%). Для них не характерно учиться только для получения диплома и ради хорошего мнения окружающих.

Согласно результатам диагностики личности на мотивацию к успеху Т. Элерса были получены следующие результаты: у 15% студентов низкий уровень мотивации к достижению успеха, по 25% - средний и умеренно высокий уровень и 35% - слишком высокий уровень мотивации. По методике «Потребности в достижении» (Ю.М. Орлов) – низкая степень выражена у 10% студентов, 35% - средняя степень и у 55% студентов выражена высокая степень потребности в достижениях. По результатам видно, что у студентов с высокими процентами профессиональных мотивов, социальных и учебно-познавательных выявились высокие уровни мотивации к успеху, а также высокая степень потребности в достижениях.

У студентов, которые показали высокие проценты по мотивам творческой самореализации, а также по социальным и учебно-познавательным мотивам, у них средние уровни мотивации к успеху и средняя степень потребности в достижениях. Те студенты, у которых высокие показатели по коммуникативным мотивам и мотивам престижа, у них низкий уровень мотивации к успеху и выражена низкая степень потребности в достижениях.

Таким образом, студенты с высокими профессиональными мотивами имеют высокие уровни мотивации к успеху и высокие степени потребности в достижениях. В целом проведенное исследование показало, что мотивационная сфера личности представляет собой сложное структурное образование, психологический механизм проявления которого определяется характером используемых факторов, условий и средств.

Огнева Е.И., Рудей О.А.

г. Екатеринбург, РГПШУ

**Исследование психологических особенностей самопрезентации
(самопродьявления) в текстах резюме специалистов на руководящую
должность**

В данной работе рассматриваются психологические особенности самопрезентации (управление впечатлением, выбор средств самопрезентации), которые и являются предметом исследования.

На основе данных, полученных в результате исследования феномена самопрезентации личности, выстраиваются стратегии в области имиджологии, создаются рекламные сообщения, осуществляются маркетинговые акции.

Такое отношение к изучению проблемы самопрезентации личности в большей мере характерно для западной социальной психологии [Р. Аркин, 1986; Р. Баумейстер, 1982; И. Гоффман, 1959; Е. Джонс, Т. Питтман, 1990; М. Снайдер, 1982; Д. Тайс, Дж. Батлер, М. Муравен, А. Стилвел, 1995; Дж. Тедески, 1981; Б. Шленкер, 1980; А. Шутц, 1998].

В отечественной социальной психологии данное направление исследований представлено незначительным количеством работ, несмотря на то, что еще в 60-80 годы прошлого века был очерчен круг вопросов, связанных с изучением проблемы первого впечатления, условий, влияющих на его формирование и т.д. [А.А. Бодалев, 1965, 1971; В.Н. Панферов, 1974].

Понятие «самопрезентация» многоаспектно и многогранно, и его можно рассматривать с нескольких точек зрения. В общем понимании, самопрезентация – это предъявление себя другим.

Самопрезентация как создание образа себя для других – это акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление или впечатление, содействующее чьим-либо идеалам (Е.Б. Перельгина).

Самопрезентация как средство воздействия – это различные поведенческие тактики, направленные на то, чтобы повлиять на восприятие окружающими действующего лица (Р. Чалдини).

Самопрезентация как направленное формирование первого впечатления – это кратковременный, специфически мотивированный и организованный процесс предъявления информации о себе в вербальном и невербальном поведении (В.Н. Куницина).

Самопрезентация осуществляется независимо от наших желаний. В любом случае мы производим какое-то впечатление на окружающих, но этим впечатлением можно управлять сознательно. Таким образом, можно выделить самопрезентацию, осуществляемую на сознательном и подсознательном уровнях. Сознательная самопрезентация, по мнению Перельгиной, тесно связана с Я-концепцией, идеальным я, образом других и самооценкой личности. К подсознательному уровню относят эффект первого впечатления, эффект ореола и т.д.

Самопрезентация может быть искренней и манипулятивной (управляемой). В первом случае человек транслирует информацию (вербальную и невербальную) истинного, не двойственного характера. Успешность такой самопрезентации личности обеспечивается осознанностью ее замысла, использованием адекватных средств самовыражения. Манипулятивная самопрезентация – это целенаправленное формирование впечатления о себе. Она может не предполагать искренность, но требует определенных знаний, умений и навыков.

Существуют попытки рассмотреть самопрезентацию как поведенческую реализацию мотиваций. Например, Р. Аркин и А. Шутц видят в самопрезентации реализацию мотивации достижения или избегания неудач и выделяют по этому признаку приобретающую и защитную самопрезентацию.

Самопрезентация по Р. Баймейстеру и А. Стейнхилбергу – это самораскрытие в межличностном общении через демонстрацию своих мыслей, характера и т.д. Это неосознаваемый процесс, он отражает социальную природу человека, его потребность в признании другими людьми.

Исследование психологических особенностей самопрезентации проводилось с помощью контент – анализа текстов резюме потенциальных руководителей,

претендующих на должность руководителя высшего звена управления (25 из них женщины, 25 - мужчины) в возрасте от 27 до 46 лет.

Анализ результатов показал, что специалисты, претендующие на должность руководителя, имеют высшее образование и хорошую теоретическую базу в сфере менеджмента (дополнительные семинары, тренинги, программы повышения квалификации и профессиональной переподготовки).

В большинстве резюме указывается число подчиненных. Оно варьирует от 2 до 300 человек, при чем количество подчиненных у мужчин значительно выше, чем у женщин.

Для анализа был также выделен критерий «сфера деятельности». Анализ текстов резюме по данному критерию показал, что руководящие должности в сфере услуг, производства, строительства чаще занимают женщины, чем мужчины.

Анализируя направления менеджмента, функции деятельности представленных специалистов, мы получили, что наиболее распространенной сферой управления является маркетинг, сфера управления персоналом, финансы.

Основными достижениями для организации выделяются: расширение организации, привлечение новых партнеров, оптимизация труда и внедрение новых систем и проектов. Информацию о достижениях вообще не включили в свое резюме 46% специалистов. Возможно, это свидетельствует о том, что данная информация не представляется значимой и опускается в текстах резюме, либо большинство специалистов не считают достижения организации своей личной заслугой.

Хорошо были раскрыты личностные характеристики специалистов. Наиболее часто встречающийся набор качеств в текстах анализируемых резюме – целеустремленность, активность, коллективизм, собранность, организованность, обучаемость, ответственность, требовательность, трудолюбие, стремление к успеху, гибкость, инициативность, коммуникабельность и пунктуальность. По этим данным можно предположить, что женщины-руководители идут к цели и готовы меняться, обучаться при этом, очень трудолюбивы и пунктуальны, а мужчины ориентированы на успех, а не просто на достижение поставленной цели. Мужчины более коммуникабельны и склонны к работе в коллективе и с коллективом, по сравнению с женщинами. Безусловно были тексты, в которых вообще не описывалось личностных характеристик (4% мужчин и женщин).

В текстах резюме зачастую описывается личностный опыт, например командировки, связи, личные достижения и др.

Практически в каждом резюме имеется пункт «дополнительная информация». Наиболее часто в пункте содержится информация о знаниях иностранного языка, персонального компьютера, о наличии водительских прав, о наличии личного автомобиля.

В 64% резюме не содержится информации о желаемом уровне заработной платы.

44% резюме содержат пожелание специалистов к будущему месту работы, организации, условиям труда, а 20% резюме содержат обращения к работодателю с описанием своих целей и намерений по развитию и успешному управлению организацией.

Что касается объема и оформления анализируемых нами текстов, то они, в большинстве случаев, имеют одинаковую структуру. Можно предположить, что это связано с использованием услуг консалтинговых компаний или шаблонов представленных на специализированных сайтах в интернете.

Полученные нами результаты могут быть использованы при предоставлении рекомендаций по написанию резюме и при консультировании специалистов находящихся в ситуации поиска работы.

Омелькова А.Г., Рудей О.А.

г. Екатеринбург, РГПШУ

Исследование взаимосвязи межличностного взаимодействия с профессиональными деформациями педагогов.

В психологии профессий основательно исследованы проблемы профессионального старения, обеспечения надежности труда, повышения работоспособности, а также виды профессиональной деятельности, связанные с неблагоприятными и экспериментальными условиями труда. В меньшей степени исследованы профессиональные деформации личности, а именно влияние профессиональной деятельности, в частности, педагогической, на личность специалиста. В условиях малого населенного пункта это просматривается достаточно четко.

Исследователи (С.П. Безносков, Р.М. Грановская, Л.Н. Корнеева, А.К. Маркова) отмечают, что профессиональные деформации приводят к негативным последствиям, таким как ухудшение психического и физического здоровья, нарушение системы межличностных отношений, снижение эффективности профессиональной деятельности, развитие негативных установок по отношению к коллегам, учащимся и др. Поэтому актуальным становится изучение особенностей педагогической деятельности в связи со специфичностью объекта труда, в качестве которого выступает другой человек, постоянно меняющийся, отвечающий на педагогические воздействия не всегда адекватно учительским ожиданиям.

Под профессиональными деформациями Э.Ф. Зеер понимает существенное отклонение от оптимального развития личности как субъекта профессиональной и повседневной жизнедеятельности, проявляющееся в развитии качеств, затрудняющих и снижающих эффективность профессиональной работы учителя.

Теоретической основой изучения профессиональных деформаций являются: концепция профессионального становления личности Э.Ф. Зеера, выражающаяся в развитии субъекта и индивидуальности за счет приобретения профессионализма и формирования индивидуального стиля деятельности.

Учитывая, что названный феномен связан с объективно существующими миром профессий и специальностей, для сбора и отбора признаков профессиональной деформации мы воспользовались одной из известных классификаций профессий Е.А. Климова, которая разделяет их на пять видов: человек-человек, человек-природа, человек-техника, человек-знаковая система, человек-художественный образ.

Следуя этой классификации и учитывая мнение многих исследователей (Б.Г. Ананьев, С.П. Безносков, А.К. Маркова, Н.Б. Москвина и др.) профессиональной деформации, считающих, что наиболее ярко и наиболее опасно профдеформация личности проявляется в такой профессиональной среде, как «человек – человек», мы ограничились сбором поведенческих признаков деформации личности представителей преимущественно этих профессий, а именно такой профессией как педагог. Наше внимание направлено преимущественно на педагогическую сферу и в меньшей степени на другие сферы.

В изучении межличностных отношений мы опирались на теоретический подход Г.С. Салливанна к пониманию личности, который базируется на представлении о важной роли оценок и мнения, значимых для данного индивида окружающих лиц, под