## Введение

В последние годы наблюдается всплеск интереса в обществе к применению психологических знаний в практической деятельности специалистов различных направлений. Это проявляется в самых различных сферах: от разработки образовательных программ до управления персоналом компаний различного профиля. Между тем, отношение к психологическим знаниям остается двойственным, а ответ на вопрос о необходимости их использования в практической деятельности организации по-прежнему неоднозначен. При этом степень интереса к привлечению специалистов-психологов, а также и эффективность применения психологических знаний во многом связаны не с их объективной необходимостью, а с личностными и мотивационными качествами руководителя компании.

## Мотивация в практической деятельности управленца

Закономерно было бы предположить, что мотивационные основания для привлечения психологических знаний руководителем имеют сложную структуру и во многом детерминированы не производственной необходимостью, а личностными потребностями человека, принимающего соответствующие решения. При этом ожидаемая эффективность (как по своей направленности, так и по степени) от применения психологических знаний в разнообразной социальной практике часто не совпадает с реальной. Эти обстоятельства делают проблему исследования мотивационной подоплеки интереса к психологическим знаниям со стороны специалистов-практиков весьма актуальной. Исследование этой проблемы позволит рефлексировать социальное "лицо" психологической науки в нашем обществе, прогнозировать основные формы социальной востребованности психологических знаний со стороны практики.

Для изучения выше обозначенной проблемы мы обратились к руководителям коммерческих организаций. В исследовании приняло участие 46 руководителей среднего и высшего звена в возрасте от 23 до 59 лет, среди которых 18 мужчин и 23 женщины. В качестве методов исследования были использованы стандартизованная беседа, анкетирование, метод неоконченных предложений, а также метод ранжирования. В результате обработки данных получены следующие результаты:

1. Подавляющее большинство руководителей организаций декларируют необходимость применения психологических знаний и потребность в специалистах этой области знаний в коммерческих организациях.

2. Некоторые руководители имеют амбивалентное отношение к психологам и психологическим знаниям: это, чаще всего, руководители-мужчины, а также руководители в возрасте до 30 лет. Обозначенные группы руководителей декларируют значимость психологических знаний, психологов и психологических служб, однако сами склонны отвергать их в решении своих личных и профессиональных задач.

3. Наиболее заинтересованными в применении психологических знаний и в работе психолога, и психологической службы в организации являются женщины-руководители и руководители в возрасте от 30 до 45 лет.

4. Отношение к психологическим знаниям и психологам не связано со стажем работы руководителей на руководящей должности, но связано с половой принадлежностью и возрастом руководителя.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что отношение к психологическим знаниям, психологам и психологической службе является личностно обусловленным и не связано с должностным статусом руководителя.

В целях определения мотивации к использованию психологических знаний мы разделили испытуемых на две группы: группу руководителей, отвергающих использование психологических знаний и необходимость работы специалистов-психологов и психологической службы в коммерческих организациях, и группу руководителей, активно их использующих. Как уже упоминалось выше, все руководители декларируют необходимость использования психологических знаний, и поэтому разделение на группы происходило по совокупности критериев (наличие намерения обращения к психологу в случае необходимости, утверждение возможности работы психологической службы в организации, применение психологических знаний в решении управленческих задач).

Говоря о мотивации руководителей к использованию психологических знаний, можно отметить, что мотив понимания других людей и их поступков является ведущим как у руководителей, использующих, так и у руководителей, отвергающих психологические знания и услуги специалистов-психологов. Равными по частоте встречаемости у руководителей обеих групп являются также мотивы понимания себя, достижения успеха, использования психологических знаний в качестве дополнительного аргумента.

Особенностью мотивации руководителей, которых мы отнесли к категории фактически отвергающих использование психологических знаний и психологических услуг (но декларирующих их необходимость), являются мотивы контроля и влияния на других людей. Что касается руководителей, активно использующих психологические знания и прибегающих к услугам психологов, их отличительным мотивом является мотив самореализации.

Таким образом, руководителям, отвергающим психологические знания в большей степени присущи стремления к власти и контролю над другими людьми, эта группа руководителей имеет экстернально направленную мотивацию. В то время как руководители, использующие психологические знания, скорее используют их на работу с собой, самореализацию, и в этом смысле их мотивация является интернально направленной. Ввиду того, что именно вторая группа руководителей склонна чаще прибегать к психологическим знаниям и к помощи специалистов-психологов для решения управленческих задач, подтверждается наше предположение о том, что мотивационные основания для привлечения психологических знаний руководителем детерминированы не производственной необходимостью, а личностными потребностями человека, принимающего соответствующие решения.

Ввиду того, что руководители в целом декларируют позитивное отношение к психологическим знаниям, полученных данных не достаточно для того, чтобы говорить о статистически значимых различиях в мотивации привлечения/отвержения психологических знаний для решения управленческих задач. Однако, можно с уверенностью сказать, что описанные в данной статье тенденции в различии мотивации руководителей, отвергающих пользование услугами психологов и психологическими знаниями и руководителей, активно к ним прибегающих, существуют.

## Профессиональная мобильность личности

Современное российское общество, политические и социально-экономические изменения, развитие рыночных отношений породили новые требования к работнику. "Развивающемуся обществу нужны современно образованные, нравственные, предприимчивые люди, которые … отличаются мобильностью, динамизмом, конструктивностью…" (из доклада Госсовета РФ "Об образовательной политике России на современном этапе"). Как видно, одним из условий соответствия личности новым требованиям является наличие развитой мобильности.

В настоящее время профессиональная мобильность становится важнейшей характеристикой, необходимой личности для успешной самореализации в современном мире. Отсутствие профессиональной мобильности приводит к невозможности гибкой ориентации в изменяющихся профессиональных условиях, потере источника существования и снижению уровня благосостояния, межличностным и внутриличностным конфликтам, что сказывается на интенсификации профессиональной дезадаптации и стагнации, снижении темпов экономического роста.

Несмотря на то, что в зарубежной психологии исследования профессиональной мобильности начались в первой половине (П.А. Сорокин, М. Вебер, Э. Дюркгейм, М. Шелер и А. Шюц и др.), а в нашей стране с 60-х гг. XX века (И.Г. Шпакина, Н.Р. Хакимова, Л.П. Бочкарева, Л.В. Горюнова, Е.А. Никитина, Ю.Ю. Дворецкая и др.), до сих пор учеными разных стран ведутся разработки технологий, направленных на формирование, развитие, повышение профессиональной мобильности личности, с целью обеспечения успешности специалистов на рынке труда, расширения области их трудоустройства.

Конкретной задачей в рамках выше обозначенной проблемы является научно-теоретическое и практическое обоснование развития социально-личностных компетенций как фактора повышения профессиональной мобильности специалистов. Новизна поставленной задачи заключается в том, что нами используется компетентностный подход к развитию профессиональной мобильности личности, который из локальной педагогической теории трансформировался в общественно значимое явление, и становится концептуальной основой политики различных государств, проводимой в области образования и кадрового управления.

Профессиональная мобильность проявляется в быстрой смене выполняемых производственных заданий, рабочего места, специальности, профессии, отрасли. Кроме конативного компонента в структуре профессиональной мобильности можно выделить базовый (индивидуально-типологические свойства, личностные качества, интеллектуальные свойства) и когнитивный (осознание необходимости смены профессии, специальности и т.п., выбор путей реализации данного решения). Представляемая нами структура отличается тем, что включает в себя компетенции, которые актуализируются в деятельности по мере возникновения проблемных ситуаций.

Значительную роль в повышении профессиональной мобильности личности играют социально-личностные компетенции. Это определяется их инвариантностью к области профессиональной деятельности и опосредованной связью с ней. В конечном счете, именно личностные качества, ценности определяют характер использования знаний, и, следовательно, вектор общественного развития. Кроме того, данный вид компетенций раскрывает способность личности к позитивному интеллектуальному, психологическому и волевому саморазвитию и изменению, а также обеспечивают жизнедеятельность человека во многих контекстах социального взаимодействия и достижения согласия с другими (В.И. Байденко, Э.Ф. Зеер).

## Парадигма управления в организации

Современная жизнь России характеризуется существенными изменениями, обусловленными созданием демократических устоев и переходом к рыночной экономике. Однако данные перемены, имея очевидные преимущества, на практике тормозятся целым рядом факторов, большинство из которых базируются на недостатке опыта управления в конкурентной среде. Одним из наиболее важных этапов на пути разрешения подобного рода противоречий является комплексное исследование и системный анализ организационных условий, в которых осуществляет свою деятельность современный менеджер.

Существующие на предприятии условия, характеризуются большим разнообразием и включают в себя производственные, финансово-экономические, информационные, социально-психологические компоненты. Последний из них относится к предметному полю исследований психологической науки. В литературе встречаются различные взгляды на вопрос о том, что именно относится к социально-психологическим характеристикам предприятия, при этом упускается из вида комплексный характер процессов, происходящих в организации. Включение же в поле исследования феномена "парадигма управления" дает возможность наиболее полного и всестороннего изучения социально-психологической реальности организационной жизни.

Комплексно понятие "парадигма" разработано американским исследователем Томасом Куном. Опираясь на его учение, парадигму управления (ПУ) следует определить как исходное ценностно-целевое образование, соединяющее воедино организацию на каждом этапе ее существования. С точки зрения системного подхода ПУ имеет сложную структуру, которая включает в себя:

1) ядро (внутренний уровень) - организационные ценности, характеризующиеся относительной устойчивостью, социальной обусловленностью, общепринятостью. Они определяют видение проблем, их значимость, выбор способов решения задач. Опираясь на взгляды Д.А. Леонтьева, можно сказать, что организационные ценности, образующие ПУ, характерную для определенной организации, формируются на основе личностных ценностей, действующих в ней субъектов управления (менеджеров), они имеют общее генетическое происхождение, а значит схожие характеристики и закономерности развития;

2) инструментальная матрица (внешний уровень) представляет собой систему практических предписаний для сотрудников. Это достаточно формализованный компонент, который осознается и легко вербализуется. С его помощью организационные ценности транслируются во внутреннюю и внешнюю среду. Данный уровень имеет сложную структуру: смысловой элемент - организационная культура (ОК); целевой элемент - система мотивирования (СМ); исполнительский элемент - принятая модель организационного поведения (ОП); поддерживающий элемент - концепция обучения и развития персонала (КОР).

Как показало эмпирическое исследование, проведенное на пяти предприятиях Нижегородского региона в 2003 - 2010 гг., качественное своеобразие обозначенных компонентов ПУ и их взаимосвязей образуют четыре типологических комплекса - клановый, бюрократический, новаторский и деловой, - которые имеют статистически значимые отличия по U-критерию Манна-Уитни (табл.). Каждый из них формирует на предприятии определенные социально-психологические условия ("социальную ситуацию развития").

Как и любая система, ПУ находится в постоянном развитии, в котором можно выделить четыре ключевых этапа (рис): кризис, революция, зарождение и закрепление нового типа ПУ. Исходя из результатов проведенного исследования, можно говорить о циклическом характере этапов развития ПУ, которое осуществляется на качественно своеобразных основаниях. Это процесс диалектического перехода осознанного в бессознательное, пассивного отношения в активное, а также смена фаз ценностного принятия и отторжения.

## Заключение

1. Установлено, что социально-психологические условия, характеризующие организацию, представляют собой единое ценностно-целевое образование - парадигму управления, - которая является сложноорганизованной системой, состоящей из внутреннего (ценностного) и внешнего (инструментального) уровней. Качественное своеобразие входящих в ПУ компонентов и их взаимосвязей образует четыре типологических комплекса, для которых характерно диалектическое развитие.

2. На основе выявленных характеристик и закономерностей развития парадигмы управления менеджмент может целенаправленно (а не стихийно) и комплексно формировать на предприятии необходимый тип парадигмы, наиболее адекватный внешним и внутренним условиям существования конкретной организации и обеспечивающий оптимальное достижение поставленных целей.

## Список литературы

1. Савенков А.И. (2008) Путь к одаренности: исследовательское поведение дошкольников. СПб.: Питер, 2008.
2. Павлов И.П. (2006) Мозг и психика: избр. психол. труды / Под ред. М.Г. Ярошевского. М.: Ин-т практической психологии, 2006.
3. Боулби Дж. Привязанность / Под ред. Г.В. Бурменской. М.: Гардарики, 2006.
4. Кернберг О.Ф. Отношения любви (норма и патология). М.: Независимая фирма "Класс", 2007.
5. Кон И.С. Введение в сексологию. М.: Медицина, 2009.
6. Кроник А.А., Кроник Е.А. В главных ролях: Вы, Мы, Он, Ты, Я: Психология значимых отношений. М.: Мысль, 2009.