рефлексивных умений и профессионально значимых качеств и, в общем, определяет личность как субъекта будущей профессиональной деятельности.

1. Верная Ж. П. Мотивационно-смысловая регуляция в профессионализации психолога: Моногр. / Ж. П. Верная. - Луцк: РВВ "Вежа" Вол.гос. ун-та им. Л., 2003. - 319 с.
2. Лебедева, Н.М., Татарко А.М. Ценности культуры и развитие общества. М.: Дом ГУ ВШЭ, 2007. - 527 с.
3. Кебина, Н.А. Смыслообразующие основы формирования и самореализации личности. Автореф. дис.д. филос.н. М.: Издательство Московского государственного университета, 2004. - 345с.
4. Кащенко А.В. Психологические детерминанты профессиональной самооценки судей: автореф. дис ... канд. психол. наук: 19.00.03 / А.В. Кащенко; Укр. инженер-пед. акад. - Х., 2008. - 19 с.

Багирова Г.Р.-г., Юдеева Т.В.

УДК Проблемы профессиональной самореализации

*ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет им. Февзи Якубова»
(Россия, Симферополь)*

doi: 10.18411/lj-06-2020-429

idsp: ljjournal-06-2020-429

Аннотация

В данной статье представлены результаты эмпирического исследования, позволяющие утверждать, что профессиональная самореализация личности в интернет-пространстве связана с уровнем мотивации профессиональной деятельности, удовлетворением потребности в достижении цели, успеха и инструментальной компетентностью.

Ключевые слова: профессиональному выбор, старшеклассник, профессиональная самореализация личности, профессиональное самоопределение, методику мотивации профессиональной деятельности, разработанную К. Замфира, А. Реан, методики А.И. Лучинкиной [30] и методики Ю.М. Орловой, опросник Дж. Лакоффа, критерий Манна-Уитни

Постановка проблемы. Интернет, являясь виртуальной средой, представляет собой реальную жизненную сферу, в которой осуществляется как самопознание, так и первичные пробы самореализации личности. Согласно сетевой парадигме, жизнь личности в интернет-пространстве проходит не только в реальном, но и в сетевом мире, в сетевом обществе, жизнь в котором имеет свои особенности. Два уровня сети: локальный, где осуществляется обмен информацией, процесс коммуникации, и более широкий, масштабный, предполагающий большие возможности коммуникации, поиска информации, а также возможность стать законодателем сетевого пространства.

В интернет-пространстве формируется профессиональная самореализация, имеющая трехкомпонентную структуру, которая включает в себя ценностный, когнитивный, поведенческий критерий. Позволяющие личности реализоваться в интернет-пространстве через определенные группы, сообщества.

Цель исследования – провести эмпирическое исследование профессиональной самореализации личности.

Изложение основного материала. Профессиональная самореализация личности рассматривается как характеристика всего ее жизненного пути в контексте профессиональной сферы от этапа начального профессионального становления до выхода на пенсию. В условиях общественных отношений нового типа и социально-экономического кризиса, коммерциализации жизни имеет свою специфику

трансформация мотивационных особенностей профессиональной самореализации личности [1, с. 48].

Эмпирическое исследование было проведено на практикующих психологов, работающих в офисе в количестве 30 - студенты, которые подрабатывают в интернете и 30 студентов, которые не работают в интернете, две группы респондентов обучающиеся психологического факультета.

Гипотеза исследования заключалась в следующем: предположение о том, что профессиональная самореализация личности в интернет-пространстве связана с уровнем мотивации профессиональной деятельности, удовлетворением потребности в достижении цели, успеха и инструментальной компетентностью

Для реализации поставленных целей и решения задач использовались адекватные психологические методы и методы статистической обработки данных. В исследовании были применены стандартизированные психодиагностические методики. Для количественного и качественного анализа эмпирических данных использовались методы математической статистики.

На первом этапе исследования использовали методику мотивации профессиональной деятельности, разработанную К. Замфира, А. Реан [3] с целью определения мотивации профессиональной деятельности работающих и не работающих студентов психологического факультета.

На втором этапе исследования с помощью методики А.И. Лучинкиной [2] и методики Ю.М. Орловой, изучали направленность умение целенаправленно работать с информацией, скоростью навигации, то есть умением ориентироваться в сети Интернет.

Заключительный этап работы был направлен на изучение удовлетворенности профессиональной самореализацией, деятельностью в профессиональных интернет-сообществах с помощью опросника Дж. Лакоффа [4].

Для обработки данных, полученных в ходе исследования, взят статистический критерий Манна-Уитни, используемый для оценки различий между двумя независимыми выборками по уровню признака, измеренного количественно. Вычисление среднего значения использовалось для нахождения среднего арифметического значения показателей по шкалам, внутри методик.

Первой методикой, результаты которой мы рассмотрим – это методика мотивации профессиональной деятельности (К. Замфир, А. Реан). Средние результаты показателей внутренней, внешней положительной и внешней отрицательной мотивации в группах студентов-психологов показаны на рис. 1.

Рисунок 1 – Средние показатели мотивации профессиональной деятельности (К. Замфир, А. Реан) студентов-психологов

ВМ – показатели внутренней мотивации,

ВПМ – показатели внешней положительной мотивации

ВПМ – показатели внешней отрицательной мотивации

Как видно из рис. 1, у студентов-психологов, которые работают в интернете выше показатели внутренней мотивации, а у неработающих студентов выше показатели внешней отрицательной и внешней положительной мотивации. Это означает, что работающие студенты в большей мере мотивированы на профессиональную самореализацию по сравнению с неработающими студентами.

На следующем этапе исследования был проведен опросник «Личность в виртуальном пространстве» (методика А.И. Лучинкиной), который позволяет выявить уровень мотивации, вовлеченности и направленность на виртуальное общение. Так как мотивация представлена различными мотивами, рассмотрим ее отдельно (рисунок 2 и 3).

Рисунок 2 – Выраженность мотивов творческой мотивации виртуального общения у студентов-психологов

Как видно на рисунке 2, у работающих студентов выше средний показатель мотива вноса, то есть, они в большей мере склонны делиться в интернете различной информацией, помогать советами по сравнению с неработающими студентами. А у неработающих студентов выше показатели мотива репликации и личного пространства, они в большей мере склонны создавать в сети фейковые страницы, примерять различные роли, а также им важно иметь свое личное пространство в сети, которое бы не нарушали, например, закрывать личные аккаунты и т.д.

Как видно на рисунке 3, у работающих студентов выше средние показатели всех двух потребительских мотивов – мотива присутствия и мотива воплощения в роль по сравнению с неработающими студентами. Это означает, что интернет важен им с точки зрения его возможностей общаться с людьми из любой точки мира, отсутствие границ, а также с точки зрения того, что в интернете можно создать любой желаемый имидж.

Рисунок 3 –Выраженность мотивов потребительской мотивации виртуального общения у студентов-психологов

Последняя методика, показатели которой мы рассмотрим – это опросник по исследованию степени удовлетворённости профессиональной самореализацией (на основе теории Джорджа Лакоффа) (рис. 4,5,6).

Рисунок 4 –Уровни удовлетворённости профессиональной самореализацией у работающих студентов-психологов

Как видно на рисунке 4, у большинства работающих студентов-психологов – 46% - средний уровень удовлетворенности профессиональной самореализацией, у 21% - высокий, у 33% - низкий.

Рисунок 5 – Уровни удовлетворённости профессиональной самореализацией у неработающих студентов-психологов

Как видно на рисунке 5, среди неработающих студентов-психологов у большинства – 67% – низкий уровень удовлетворенности профессиональной самореализацией, у 33% – средний уровень удовлетворенности. Средние показатели представлены на рис. 12.

Рисунок 6 – Средние показатели удовлетворенности профессиональной самореализацией

Как видно на рисунке 6, средние баллы у работающих в интернете студентов-психологов также выше, чем у не работающих.

Далее, для проверки гипотезы о том, что у работающих в интернете студентов-психологов, существуют отличия в мотивации и уровне профессиональной самореализации по сравнению с неработающими студентами, были использованы методы математической статистики – непараметрический критерий Манна-Уитни для несвязных выборок.

Были выявлены статистически-значимые различия в следующих показателях:

- внутренняя мотивация, у работающих студентов выше, чем у неработающих (на уровне $p \geq 0,05$);

- внешняя отрицательная мотивация, у неработающих студентов достоверно выше (на уровне $p \geq 0,01$);
- потребность в достижении, у работающих студентов достоверно выше, чем у неработающих (на уровне $p \geq 0,05$);
- творческая мотивация, у неработающих студентов достоверно выше, чем у работающих (на уровне $p \geq 0,01$);
- потребительская мотивация, у работающих студентов достоверно выше, чем у неработающих (на уровне $p \geq 0,01$);
- вовлеченность, у неработающих студентов достоверно выше, чем у работающих (на уровне $p \geq 0,01$);
- виртуальность, у неработающих студентов достоверно выше, чем у работающих (на уровне $p \geq 0,01$);
- направленность, у работающих студентов достоверно выше, чем у неработающих (на уровне $p \geq 0,01$);
- удовлетворенность профессиональной самореализацией, у работающих студентов достоверно выше, чем у неработающих (на уровне $p \geq 0,01$).

Выводы. Делая выводы, отметим, что студентов-психологов, которые работают в интернете выше показатели внутренней мотивации, а у неработающих студентов выше показатели внешней отрицательной и внешней положительной мотивации. У работающих студентов потребительская мотивация использования интернета выше, чем творческая, и в этой группе показатели потребительских мотивов выше, чем у неработающих.

1. Абульханова-Славская К.А. Психология и сознание личности (Проблемы методологии, теории и исследования реальной личности) / К.А. Абульханова-Славская. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2014. – 218 с.
2. Лучинкина А.И. Психология интернет-социализации личности: монография. / А.И. Лучинкина. – Симферополь: ВД «АРИАЛ», 2013. – 350 с.
3. Реан, А.А. Психология адаптации личности / А.А. Реан. - М.: СПб: Прайм-Еврознак, 2008. - 480 с.
4. Федосеева Дарья Алексеевна Когнитивная теория метафоры и обзор имбодимент-подхода к познанию. (обзор) // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. 2017. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnaya-teoriya-metafory-i-obzor-imbodiment-podhoda-k-poznaniyu-obzor> (дата обращения: 19.05.2020).

Безуглая Г.В.

Системный подход к решению проблем управления

*Камчатский государственный технический университет
(Россия, Петропавловск-Камчатский)*

doi: 10.18411/lj-06-2020-430

idsp: ljjournal-06-2020-430

Аннотация

Принятие рациональных решений требует целостного (системного) подхода к разработке, принятию и реализации управленческих решений. Использование системного подхода к принятию решений вызывает все больший интерес со стороны специалистов по управлению и руководителей компаний. Очень часто это называют новым типом управленческого мышления. В настоящее время практически любая научная работа по экономическим и управленческим проблемам содержит ссылки на использование системного подхода, поскольку позволяет повысить организацию, качество и эффективность управляемых объектов.

Ключевые слова: системный подход, управление, объект, компания.