

- ⁴ См.: Бромлей Ю.В. Этнос и этнография. М., 1973.
⁵ См.: Гаджиев А.Х. Проблемы марксистской этнической психологии. Ростов н/Д, 1982.
⁶ См.: Старовойтова Г.В. К исследованию этнопсихологии городских жителей: По материалам опроса трёх городов Татарской АССР // Советская этнография. 1976. № 3.
⁷ См.: Мухина В.С. Современное самосознание народностей Севера // Психол. журн. 1988. Т. 9. № 4. С. 44–53.
⁸ См.: Мухина В.С. Указ. соч.
⁹ Солдатова Г.У. Межэтническое общение: Когнитивная структура этнического самосознания // Познание и общение. М., 1988. С. 111–125.
¹⁰ Арутюнян Ю.В. Социально-культурное развитие и национальное самосознание // Социс. 1990. № 7. С. 42–49.
¹¹ См.: Дробижева Л.М., Кузнецов И.И. и др. Некоторые проблемы этнопсихологических исследований // Психол. журн. 1988. Т. 9. № 3. С. 26–34.
¹² Хотинец В.Ю. Этническое самосознание в структуре интегральной индивидуальности: Дис. ... канд. психол. наук. Ижевск, 1995.
¹³ См.: Мерлин В.С. Структура личности: характер, способности, самосознание: Учеб. пособие. Пермь, 1990.
¹⁴ См.: Коул М. Культурные механизмы развития // Вопр. психол. 1995. № 3.
¹⁵ См.: Подойницына И.И. Этнокультурные стереотипы производственного поведения в трудовых коллективах: Дис. ... канд. психол. наук. СПб., 1993.
¹⁶ См.: Мкртумян Ю.И. Основные компоненты культурного этноса // Методологические проблемы исследования этнических культур. Ереван, 1978.
¹⁷ См.: Хотинец В.Ю. Указ. соч.
¹⁸ См.: Пименов В.В. Системный подход к этносу // Расы и народы. М., 1986.
¹⁹ Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М., 1999.
²⁰ Хотинец В.Ю. Указ. соч.
²¹ См.: Подойницына И.И. Указ. соч.
²² См.: Хотинец В.Ю. Указ. соч.
²³ См.: Дашдамиров А.Ф. Нация и личность. Баку, 1976.
²⁴ См.: Макарова Н.Ф. Структура автостереотипов болгар в условиях османского владычества (XV–XVI вв.) // Славяне и их соседи: Этнопсихологические стереотипы в средние века. М., 1990.
²⁵ См.: Хотинец В.Ю. Указ. соч.

УДК 316.37

М.В. ГРИГОРЬЕВА

Педагогический институт Саратовского государственного университета,
кафедра психологии образования
E-mail: antongr89@mail.ru

Значение понятия «Россия» у молодежи в зависимости от условий социализации

В статье обосновано, что одним из важнейших понятий, значение которых в значительной степени определяет сознание современной молодежи, является понятие «Россия». Автором представлены материалы экспериментального исследования по выявлению и описанию значения понятия «Россия» у молодежи. Определена специфика данного значения у старшеклассников и студентов в зависимости от условий социализации: содержания и объема осваиваемых знаний, особенностей субкультуры, сфер взаимодействия представителей групп с другими людьми, межличностных взаимоотношений внутри группы и т.д. Методологической основой анализа явилось положение культурно-исторической психологии о неразрывной связи активных действий и внутренних психических явлений.

Ключевые слова: социализация, значение, культурно-историческая модель мира, понятия «Россия», представления, содержательные и эмоционально-оценочные характеристики представления.

M.V. GRIGORYEVA

Meaning of Concept «Russia» at Youth Depending on Socialisation Conditions

In article it is proved, that by one of the major concepts which value substantially defines consciousness of modern youth, the concept «Russia» is. The author presents experimental research materials on revealing and the description of value of concept «Russia» at youth. Specificity of the given value at senior pupils and students depending on socialisation conditions is defined: the maintenance and volume of mastered knowledge, features of subculture, spheres of interaction of representatives of groups with other people, interpersonal mutual relations in group etc. the Methodological basis of the analysis was position of cultural-historical psychology about indissoluble communication of active actions and the internal mental phenomena.

Key words: socialisation, meaning, cultural-historical model of the world, concept «Russia», representations, substantial and emotionally-estimated characteristics of representation.

Особенности процесса организованного обучения и воспитания в учреждениях образования, основывающиеся на неразрыв-

ной связи активных действий и внутренних психических явлений, в рамках культурно-исторической психологии позволяют рассмат-

ривать социализацию молодежи как процесс целенаправленного формирования личности в соответствии с требованиями культуры. Положительный результат такого формирования позволяет индивиду интегрироваться в общество и вести там себя адаптивно. Социализация предполагает также активное участие самого человека в освоении культурных норм, приобретении знаний, умений, навыков, необходимых для успешной адаптации и интеграции. Молодой человек стремится создать субъективную концепцию мира и одновременно поместить в нем себя как активного субъекта. Немаловажное место в данной концепции имеет образ России, который можно рассматривать как одну из моделей физической, социальной или индивидуально-психологической среды проявления активности. С возрастом и в зависимости от условий социализации эта концепция меняется, проверяется и уточняется, достигая к юности более или менее правильного соответствия реальности, необходимого для начала процесса интеграции в общество. Изменяются также и представления, составляющие образ России. Для организации процесса целенаправленного формирования личности в условиях учреждений образования необходимо, в частности, знать, каким образом условия социализации влияют на содержательные и эмоциональные характеристики представлений, составляющих образ России у молодежи.

В то же время восприятие субъектом мира происходит через призму индивидуальной системы значений. Объективная действительность при этом отражается в сознании субъекта, становясь имплицитной «осмысленной картиной мира», формирующейся у человека на основе определенных значений¹, его образом мира. Это своего рода культурно-историческая модель мира, которую создает единичный или коллективный субъект².

Раскрытие содержания данной модели – актуальная задача психологов и педагогов, поскольку генезис и трансформация значений, образующих картину мира, является, по А.Н. Леонтьеву, механизмом изменения и трансформации сознания³. В свою очередь, система представлений индивидуального или коллективного субъекта об интересующем исследователя объекте является диагностическим средством, так как рассматривается как превращенная форма деятельности⁴ и содержит определенное отношение к дан-

ному объекту. Развивая культурно-историческую теорию Л.С. Выготского в концепции активной памяти, П.И. Зинченко акцентирует внимание на том, что развитие психики человека определяется развитием реальных отношений субъекта к действительности: «Любое психическое образование – ощущение, представление и проч. – не является результатом пассивного, зеркального, чисто физиологического отражения предметов и их свойств, а результатом отражения, включенного в какое-либо действенное, активное отношение субъекта к этим предметам и их свойствам»; эти образования возникают, когда «осуществляется деятельность по отношению к объекту»⁵.

Кроме того, социальное самоопределение юношей и девушек, формирование ими жизненной перспективы неразрывно связаны с построением, конструированием, уточнением и прояснением представлений о сферах и областях будущих взаимодействий. В ранней юности это является актуальным, особенно для тех молодых людей, которые еще не начали обучаться профессии и завершают учебу в школе. У старших школьников формируются более или менее четкие образы будущего профессионального учебного заведения, города, региона, где находится вуз или колледж. Наиболее общей и широкой областью социальных взаимодействий для многих молодых людей является страна, в которой они проживают. От того, какими будут содержание и эмоциональный фон данных образов и представлений, их составляющих, зависят активность, направленность и содержание общественно полезной деятельности молодежи в настоящем и будущем, отношения юношей и девушек к различным сторонам социальной действительности.

Из вышесказанного можно заключить, что одним из важнейших понятий, значение которых в значительной степени определяет сознание современной молодежи, является понятие «Россия».

Цель данного исследования заключается в выявлении содержательных, эмоциональных и оценочных характеристик представлений, составляющих образ России у молодежи, а также в определении соотношения различных характеристик этих представлений.

В исследовании участвовали 118 учащихся 10–11 классов классической гимназии (4 класса: с углубленным изучением мате-

матики и предметов гуманитарного цикла), 118 учащихся 10–11 классов общеобразовательных школ (4 класса) города Саратова, 118 студентов 2–3 курсов факультета психологии и 118 студентов 2–3 курсов спортивного факультета пединститута Саратовского государственного университета, всего – 472 человека. Условия социализации данных четырех групп испытуемых различаются содержанием и объемом осваиваемых знаний, особенностями субкультуры, сферами взаимодействия представителей групп с другими людьми, межличностными взаимоотношениями внутри группы и т.д.

Для реализации цели использовались методы свободного ассоциативного эксперимента, беседа, анкетирование. В ассоциативном эксперименте использовалось понятие-стимул «Россия». Для дополнения, подтверждения и уточнения данных ассоциативного эксперимента использовалось анкетирование.

Анализ ассоциаций, связанных с понятием-стимулом «Россия», показал, что старшеклассники в основном актуализируют парадигматические ассоциации: их количество в среднем составляет 96,2% от общего количества называемых. Этот факт свидетельствует о том, что по словам-реакциям испытуемых можно судить о семантическом составе понятия-стимула⁶.

Конструируя образ России, старшеклассники в среднем используют 2,38 характеристики, причем этот показатель достоверно варьирует в зависимости от возраста и от типа учебного заведения (гимназия или общеобразовательная школа). Так учащиеся 10-х классов в среднем используют 2,06 характеристики, а учащиеся 11 классов – 2,72 (t -критерий Стьюдента = 1,98, $p < 0,05$). Данный факт свидетельствует о том, что у учащихся с возрастом расширяется и усложняется содержание этого образа, в его семантическое пространство добавляются новые признаки, что, в свою очередь, является результатом более полного по сравнению с предыдущим возрастным этапом познания феномена. Учащиеся 10–11 гимназических классов актуализируют в среднем 3,02 характеристики образа России, учащиеся 10–11 общеобразовательных классов – 0,81 (t -критерий Стьюдента = 3,2, $p < 0,01$). Повышенная сложность образа России у учащихся гимназии по сравнению с общеобразовательной школой может быть связана с программами углуб-

ленного изучения предметов и различиями в общем и интеллектуальном развитии старшеклассников.

Значимые различия сложности образа России обнаружены также между группами школьников и студентов (t -критерий Стьюдента = 2,18, $p < 0,05$). Первые, как было показано выше, актуализируют в среднем 2,38 характеристики, вторые – 3,1, что также свидетельствует о том, что содержание образа России с возрастом расширяется и усложняется.

Сложность образа России у студентов тоже различна: у будущих психологов она составляет в среднем 3,43 признака, у спортсменов – 2,76 (t -критерий Стьюдента = 1,99, $p < 0,05$). Возможно, эти различия связаны с тем, что требования профессии психолога, а значит и содержание учебных дисциплин и требования педагогов заставляют студентов-психологов комплексно подходить к формированию картины мира (и образа России в том числе), используя физические, социальные, психологические и другие характеристики реальности. Для будущих профессиональных спортсменов и тренеров наиболее важны физические характеристики мира, что несколько обедняет обобщенный образ России.

Количественный анализ названных в эксперименте слов-реакций позволил определить соотношение содержательных, эмоциональных и оценочных характеристик представлений, составляющих образ России у старшеклассников и студентов. В среднем учащиеся 10–11 классов используют 73,3% понятий, которые можно отнести к категории содержательных характеристик, 11,4% – к категории эмоциональных и 15,3% – к категории оценочных характеристик (всего эмоционально-оценочных характеристик 26,7%). Из этих данных видно, что в образе России старшеклассников преобладают представления, характеризующие содержание образа, отражающие безоценочные знания о феномене, но, тем не менее, являющиеся основой эмоционального отношения и оценки. Так, многие содержательные характеристики сопровождаются уточнением эмоционального и оценочного отношения к явлениям и объектам, которые они описывают: например, содержательное понятие «Родина» – понятием, отражающим эмоциональное отношение «Любимая Родина»; содержательное понятие «Природа» – оценочной характеристикой «Красивая природа».

Студенты психологического факультета в процессе формирования образа России используют в среднем 89,4% содержательных характеристик, 2,7% эмоциональных и 7,9% оценочных характеристик (эмоционально-оценочных – 10,6%). По сравнению с группой школьников у студентов-психологов видно более частое использование в образе России содержательных и уменьшение эмоционально-оценочных характеристик. Предпочтение характеристик содержания у будущих психологов, очевидно, связано с тем, что формируемые у студентов профессиональные исследовательские навыки направляют их, прежде всего, на изучение и актуализацию содержания предмета или явления, рациональное выделение в этом содержании сути явления, а уже затем на формирование эмоционально-оценочного, а в некоторых случаях и безоценочного отношения к изучаемому явлению.

Студенты-спортсмены в процессе формирования образа России используют в среднем 66,7% содержательных, 14,4% эмоциональных и 18,9% оценочных характеристик (эмоционально-оценочных – 33,3%). В данной группе наблюдается то же соответствие, что и в других группах – содержательные характеристики в образе России преобладают над эмоционально-оценочными. Однако здесь в большей степени, чем в остальных группах, используются эмоционально-оценочные характеристики, которые связаны, в основном, с отношением к негативным явлениям, вредящим здоровью («Много алкоголиков», «Низкий уровень жизни», «Плохая экология», «Большая свалка»), и с отношением к спорту («Слабая сборная России по футболу», «Нет футбола!»), то есть с наиболее актуальными и эмоционально напряженными отношениями.

Метод группировки содержательных характеристик образа России позволил объединить их в смысловые группы и выяснить частотное распределение понятий различных групп. Частотное распределение признака (характеристики) – это величина, выражающая среднее количество использования того или иного признака в выборке.

Были выявлены следующие смысловые группы (в скобках даны их частотные распределения по выборкам учащихся гимназии, общеобразовательных школ, студентов-психологов и студентов-спортсменов): родовые характеристики (1,23; 0,91; 1,35; 1,25), пространственные и географические (0,58;

0,22; 0,33; 0,65), характеристики политической системы (0,32; 0,22; 0,33; 0,4), экономики (0,27; 0,15; 0,31; 0,39), культуры и духовности (0,38; 0; 0,53; 0), социальные (0,3; 0; 0,37; 0,35), национальные (0,16; 0,13; 0,1; 0,17), исторические (0,28; 0; 0,21; 0), бытовые (0,1; 0,12; 0,11; 0,25). Видно, что в содержании образа России у старшеклассников и студентов всех групп больше по сравнению с другими характеристиками родовидовых, позволяющих упорядочивать понятия, включать их одно в другое, расширять и конкретизировать значение понятий, отражающих значение понятия «Образ России». Это такие понятия как «Край», «Отечество», «Страна», «Государство», «Держава», «Континент», «Планета» и др. Пространственные и географические характеристики, используемые молодыми людьми, позволяют конкретизировать образ России в визуальном образе: «Пространство», «Простор», «Географическое положение», «Степи», «Поля», «Реки», «Леса», «Горы» и т.д. Пространственные и географические характеристики наиболее актуальны для спортсменов, так как помогают представить пространство, на котором осуществляются их профессиональные взаимодействия (многие студенты-спортсмены участвуют и предполагают в будущем участвовать в соревнованиях на территории России).

Примерно одинаково по количеству представлены характеристики политической системы («Президент», «Власть», «Демократия», «Политическая система» и т.п.), экономики («Экономика», «Полезные ископаемые», «Нефть», «Газ», «Уголь», «Железные дороги» и др.). В меньшей степени, чем остальные, для конструирования образа России старшеклассниками и студентами используются социальные («Народ», «Люди», «Мы», «Россияне» и др.), национальные («Русские», «Нерусские», «Многонациональность» и т.д.) и исторические («СССР», «Великая Отечественная война», «Петр 1», «История» и т.д.) характеристики. Причем заметно, что социальные характеристики у старшеклассников выражены неконкретными, общими признаками, обозначающими большие социальные группы, что, скорее всего, свидетельствует о недостаточности у них знаний и дифференциации этих знаний в данной области, а также об отсутствии опыта социальных взаимодействий. У студентов социальные характеристики в большей степени конкретны, чем у школьников («Студенты», «Жители городов», «Ученые», «Высококвали-

фицированные специалисты», «Беспризорники», «Бомжи» и т.д.).

Равномерно по группам распределены национальные характеристики. Они во всех группах представлены конкретным понятием «Русские» и более обобщенными, обозначающими другие национальности. Небольшая представленность национальных характеристик в образе России у молодежи г. Саратова может быть связана с малой актуальностью для них национальных взаимоотношений, что, в свою очередь, обусловлено национальным составом выборки (96% обследуемых – представители русской или традиционных для средней полосы Поволжья национальностей), а также отсутствием широкомасштабных и острых национальных конфликтов в данном регионе.

В изучаемых группах молодежи неравномерно распределены культурно-духовные характеристики образа России: у студентов-психологов они используются достаточно часто (частотное распределение – 0,53), представлены они также и у учащихся гимназии (0,38). Это такие характеристики как «Русская культура», «Образование», «Поэзия», «Русский дух», «Сила духа», «Менталитет» и т.д. Представителями этих групп используются также и исторические характеристики. Учащиеся общеобразовательных школ и студенты-спортсмены не используют культурно-духовные и исторические характеристики для конструирования образа России. Это свидетельствует о значительном влиянии содержания образования на формирование образа России: дисциплины гуманитарного цикла (литература, история), а также изучение человека и его внутреннего мира способствуют включению в образ России исторических и культурно-духовных характеристик.

Частотное распределение бытовых характеристик больше по сравнению с другими в группе студентов-спортсменов, ими используются такие характеристики как «Дом», «Хлеб», «Деревенская мебель», «Заброшенные стадионы», «Мусорки», «Свалки», «Грязь» и т.п. Эти данные еще раз подтверждают то, что для студентов этой группы важны достаточно конкретные характеристики физического мира, в котором они как спортсмены проявляют свою физическую активность.

Таким образом, проведенное исследование позволило установить связь между условиями социализации и характеристиками образа России у молодежи и выявить неко-

торые особенности данной связи, а именно, гуманитарное и естественно-научное образование способствует формированию более сложного и адекватного требованиям культуры образа России у молодежи.

Эмоциональные характеристики, используемые старшеклассниками в эксперименте, отражают, в основном, положительные аффективные переживания, сопровождающие конструирование образа России, по количеству их 86,8%. Примерами таких характеристик являются связанные с понятиями «Любовь», «Счастье», «Гордость», «Патриотизм», «Радость», «Надежда» и т.п. Остальные 13,2% эмоциональных характеристик связаны с негативными эмоциями и чувствами: «Грязь», «Мусор», «Разваленное государство», «Дураки», «Злые люди» и т.д. Из примеров видно, что положительный аффективный фон образа России выражен в конкретных названиях положительных эмоций и чувств, а отрицательный аффективный фон проявляется, скорее, опосредованно через обозначение негативных явлений российской действительности, что также подтверждает в целом положительное эмоциональное отношение старшеклассников к России.

Оценочных характеристик, отражающих положительное отношение старшеклассников к России, 81,1%. Они проявляются в понятиях «Великая держава», «Величайшая страна», «Сильный дух», «Огромная страна», «Красивая страна», «Хорошее образование» и др. Отрицательные оценки встречаются в среднем в 18,9% случаев и связаны с понятиями «Низкий уровень жизни», «Бедное население», «Плохие дороги», «Слабая экономика», «Тяжелое прошлое» и т.д. Таким образом, образ России у старшеклассников связан в целом с положительными оценочными характеристиками явлений и объектов.

Определение частотных распределений отдельных слов-реакций, дающих информацию о содержании изучаемых представлений, позволило выявить наиболее часто встречаемые в ответах признаки, характеризующие образ России у старшеклассников. Данные признаки описываются словами-реакциями «Родина» и «Страна» (частотные распределения соответственно 0,65 и 0,27), т.е. у старшеклассников представления о России как о месте, где они родились и проживают, являются наиболее распространенными и связанными с ее образом. Семантическое пространство такого рода характеристик

подкрепляется и расширяется следующими: «Жизнь» (частотное распределение 0,08), «Отечество» (частотное распределение 0,05), а также «Дом», «Семья», «Родные» (частотные распределения для каждого из понятий 0,04).

Второй по представленности является содержательная характеристика «Страна», что свидетельствует о том, что немаловажным для старшеклассников является восприятие России как целостного субъекта мирового территориального разделения со своими пространством и границами. Данное семантическое пространство дополняется такими оценочными характеристиками, как «Великая страна» (0,06), «Огромная страна» (0,05), вносящими в образ России признаки значительности, влияния на мировую историю, а также размера и пространства. Признаки значительности расширяются такими содержательными характеристиками, как «Сила» (0,06), «Мощь» (0,06), «Величие» (0,04), а признаки размера – характеристиками «Простор» и «Широта» (частотные распределения по 0,04).

Близкими по значению к содержательной характеристике «Страна» являются используемые для конструирования образа России характеристики «Государство» (0,05), «В.В. Путин» (0,07), «Президент» (0,05) и «Флаг», «Гимн», «Герб» (частотные распределения по 0,03). Видно, что образ России у старшеклассников связан с представлениями об управлении страной, а также с представлениями о государственной атрибутике.

В словах-реакциях встречаются такие содержательные характеристики как «Поля» (0,18), «Реки» (0,16), «Леса» (0,16), «Дороги» (0,08), «Горы» (0,02), которые обобщаются характеристикой «Природа» (0,08). Это свидетельствует о том, что немалую часть семантического пространства, объединяющего признаки образа России, занимают довольно конкретные представления о географических и природных объектах, которые дополняются оценочными характеристиками «Красивая природа» (0,1), «Разбитые дороги» (0,02) и содержательными характеристиками «Нефть» (0,03), «Газ» (0,01), «Природные ископаемые» (0,02), «Природные богатства» (0,01).

Признаки негативных явлений, связанных с образом России, встречаются в словах-реакциях нечасто, но достаточно равномерно представлены во всех восьми обследуемых старших классах. Это такие характеристики как «Низкий уровень жизни» (0,09), «Грязь» (0,06), «Помойка» (0,02), «Пьянство» (0,04),

«Водка» (0,02), «Воровство» (0,04), «Коррупция» (0,01), «Беспредел» (0,03).

По всем перечисленным выше характеристикам ответы старшеклассников всех восьми участвующих в эксперименте классов пересекаются, т.е. распределены достаточно равномерно, свойственны примерно одинаковому количеству учащихся в каждом классе и, скорее всего, будут представлены в любой формальной группе старшеклассников гимназии или общеобразовательной школы. Кроме того, в представлениях, определяющих образ России у старшеклассников, встречаются и такие характеристики, которые относятся к субкультуре класса или к субкультуре неформальных (возможно, референтных) групп. Это – «Сборная России по футболу» (0,04), «Сборная России по хоккею» (0,015), «Группа «Ария» (0,03), «СССР» (0,03). Многочисленны по количеству и разнообразны по содержанию и эмоциональному отношению индивидуальные характеристики образа России, их среднее частотное распределение 0,18, они связаны с индивидуальным опытом и социально-психологическими особенностями старшеклассников. Среди них – «Великая Отечественная война», «Балалайка», «Саратов», «Волга», «Дон», «Кремль», «Деревня», «Православие», «Пушкин», «Поэзия», «США», «Надежда», «Озон», «Лето», «Хрущевы», «Дураки» и т.д.

Таким образом, анализ данных свободного ассоциативного эксперимента на словостимул «Россия» позволил сделать следующие выводы:

1) у учащихся с возрастом расширяется и усложняется содержание образа России, в его семантическое пространство добавляются новые признаки, познание феномена России становится более полным;

2) в образе России старшеклассники преобладают представления, характеризующие содержание образа, отражающие безоценочные знания о феномене, но тем не менее являющиеся основой эмоционального отношения и оценки;

3) среди содержательных характеристик образа России наиболее употребляемыми являются характеристики, позволяющие упорядочивать знания о России и визуализировать ее образ;

4) конструирование образа России у старшеклассников сопровождается в основном положительными аффективными переживаниями и оценками;

5) равномерно распределенные по выборке характеристики отражают особенности конструирования образа России в любой формальной группе старшеклассников. Кроме того, в представлениях, определяющих у них образ России, встречаются и такие характеристики, которые относятся к субкультуре отдельного класса или к субкультуре неформальных групп;

6) проведенное исследование позволило установить связь между условиями социализации и характеристиками образа России у молодежи и выявить некоторые особенности данной связи, а именно, гуманитарное и естественнонаучное образование способствует формированию более сложного и адекватного требованиям культуры образа России у молодежи.

Примечания

¹ Выготский Л.С. Собр. соч.: В 6 т. М., 1982. Т.1. С. 160.

² Петренко В. Ф. Основы психосемантики. 2-е изд., доп. СПб., 2005.

³ Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения: В 2 т. М., 1983. Т. 2.

⁴ Леонтьев А.А. Психология общения. 2-е изд., испр. и доп. М., 1997.

⁵ Цит. по Леонтьев А.А. Л.С. Выготский: Кн. для учащихся 9–11 кл. сред. шк. М., 1990. С. 136.

⁶ Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. М., 1988. 365 с.

УДК 159.9 359(042.3)

Н.А. ДУБИНКО

Академия управления при Президенте Республики Беларусь,

кафедра психологии управления

E-mail: nata_dub@mail.ru

Проблемные ситуации в управленческой деятельности

В статье рассматриваются современные теоретико-методологические подходы к изучению проблемных ситуаций в управленческой деятельности. Выявлены и проанализированы типы проблемных ситуаций, с которыми чаще всего сталкиваются руководители в своей деятельности. Ранжирование проблемных ситуаций отражает различия у руководителей с различным стажем управления. Выявлены гендерные различия в представлениях руководителей об управленческих проблемах.

Ключевые слова: проблемная ситуация, ранжирование проблемных ситуаций, гендерные различия, управленческая деятельность, принятие управленческого решения, ситуации неопределенности.

N.A. DUBINKO

Problem Situations in Management Activity

This article reviews contemporary methodological and theoretical approaches to the problem situations in management activity. Revealed and analyzed the types of problem situations managers dealing with in their activity. Rank correlation of problem situations shows distinctions depending on management work experience. Revealed gender distinctions in the managers' ideas of management problems.

Key words: problem situations, rank correlation of problem situations, gender distinctions, management activity, management decision making, situation of uncertainty.

К важным теоретическим и практическим задачам психологии управления относят обеспечение оптимального соотношения между требованиями к личности управленца и его возможностями, обеспечивающими высокую социальную эффективность профессиональной деятельности. Развитие личности управленца и его профессиональные успехи во многом определяются наличием объективных и субъективных про-

тиворечий, среди которых необходимо выделить:

– противоречие между стремлением личности максимально реализовать свой потенциал в профессиональной деятельности и наличием внутренних ресурсов для преодоления непредвиденных жизненных трудностей;

– на уровне управленческой деятельности важную роль играет противоречие между