

Особенности идентичности предпринимателей

Киселева Александра Петровна

Аспирант

*Государственный университет - Высшая школа экономики, Факультет психологии,
Москва, Россия*

E-mail: ap.kiseleva@gmail.com

Социально-экономические и политические изменения последних десятилетий делают проблему изучения идентичности все более актуальной. Современные экономические условия не могут обойтись без предпринимательской деятельности населения. При этом вопрос идентичности предпринимателей остается не достаточно разработанным.

Проблема изучения идентичности является сложной, что отмечается многими авторами [2;6;7]. В проведенном исследовании была сделана попытка изучения идентичности предпринимателей (бизнесменов). Исходя из того, что центральной проблемой личностной и социальной психологии является проблема соотношения сознания и деятельности, в аспекте изучаемой нами проблемы нас интересует роль идентичности в поведении.

Цель исследования - изучение профессиональной идентичности предпринимателей (бизнесменов).

Объект исследования: процесс профессионального и социального самоопределения личности в бизнесе.

Предмет исследования: профессиональное и социальное самоопределение в бизнесе людей с различными особенностями идентичности.

Гипотеза исследования: представление предпринимателей (бизнесменов) о бизнесе, о профессиональном самоопределении в бизнесе связано с особенностями идентичности личности.

Выборку исследования составили 30 предпринимателей (бизнесменов). Возраст испытуемых – от 22 до 56 лет, 17 респондентов мужчины, 13 респондентов женщины. Исследование представляет собой проведение индивидуальных бесед (интервью) с каждым из респондентов.

Для анализа структуры идентичности применялась репертуарная личностная методика – тест личностных конструкторов Дж. Келли (ТЛК) [3], которая позволяет выявить индивидуальную систему представлений человека о различных профессиях, в том числе о профессии предпринимателя. Эта методика хорошо зарекомендовала себя в исследовании идентичности [8;1].

Для исследования когнитивного компонента профессиональной идентичности применялись:

- модифицированный вариант методики М. Куна и Т. Макпартленда «Кто Я?».

- методическая процедура «Ассоциативные описания», в ходе которой испытуемым предлагалось назвать по 5 ассоциаций, относящихся к словосочетаниям «реальный предприниматель» и «идеальный предприниматель».

Для исследования профессиональных предпочтений выбрана методика «Дифференциально-диагностический опросник» (ДДО) А.Е. Климова.

Исследование позволило выявить особенности представлений о бизнесе и профессиональные предпочтения испытуемых с различными системами конструкторов и когнитивными компонентами идентичности.

Представления о бизнесе и профессиональном самоопределении в бизнесе связано с особенностями идентичности, что является подтверждением гипотезы исследования.

Вхождение в бизнес, как профессиональную среду, осуществляется предпринимателями по-разному, в зависимости от особенностей идентичности. В нашем исследовании выявлены три различных характеристики идентичности, соответствующие различным моделям вхождения в бизнес: «профессиональная», «личностная», «промежуточная».

У предпринимателей с разной спецификой идентичности разное представление о бизнесе. Для приверженцев «профессиональной» модели вхождения в бизнес представления о бизнесе выражаются, прежде всего, через профессиональные характеристики (образование, нацеленность на результат, связи и т.д.). Для приверженцев «личностной» модели представления о бизнесе выражаются через «личностные» категории (энергичный, добрый, психолог и т.д.). Для испытуемых со средней степенью выраженности профессиональных и личностных качеств («промежуточная» модель) особенности профессиональной сферы выражаются через характеристики личностные и профессиональные, почти в равной степени.

Были выявлены тенденции к увеличению «профессионально окрашенных» представлений о бизнесе (ассоциаций), а так же склонности к профессиям, связанных с цифрами и знаками по мере возрастания «профессионального Я» в системе конструкторов и когнитивных компонентах идентичности испытуемых. Также удалось установить, что полюс «личностного Я» (соответствующий «личностной» модели) отличается не только от полюса «профессионального Я» («профессиональной» модели), но и от «промежуточного» полюса. В частности, испытуемые, приверженные «личностной» модели (преобладающие типы профессий – «человек-человек» и «человек-художественный образ»), отличаются от остальных (преобладающие типы профессий – «человек-человек» и «человек-знак»).

Примечательно, что полученные данные можно сопоставить с представлениями Е.А. Климова, Н.С. Пряжниковой [4;5] о профессиональном выборе, согласно которым такой выбор основывается на представлениях человека о профессии, а также о своем месте в этой профессии. Выявленное отличие «личностной» модели вхождения в бизнес от «профессиональной» и «промежуточной» соответствует известному разделению идентичности на личностную и социальную.

Отвечая на вопрос, какая идентичность личности характерна для человека, который решил заниматься предпринимательской деятельностью (бизнесом), можно сказать, что это, прежде всего, выраженная профессиональная идентичность, или, выраженный полюс «профессионального Я».

Помимо новизны, исследование характеризуется высокой практической значимостью, в частности, для психологов-практиков. Это обусловлено развитием предпринимательства в нашей стране, с одной стороны, и продолжающимися экономическими и социальными изменениями, с другой стороны, что открывает большое поле для психологической работы.

По результатам проведенного эмпирического исследования в качестве рекомендаций можно обозначить работу, направленную на усиление профессионального «Я», что

способствует становлению и развитию профессиональной идентичности и развитию как профессионала в целом.

Литература

1. Иванова Н.Л. Качественный анализ: репертуарные личностные методики: издание 2. Учебное пособие. Ярославль: МАПН, 2007.
2. Иванова Н.Л. Социальная идентичность и профессиональное становление личности. Ярославль: МАПН, Аверс-Пресс, 2005.
3. Келли Д. Теория личности. Психология личностных конструктов. СПб, 2000.
4. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения. М., 2004.
5. Пряжников Н.С. Профессиональное и личностное самоопределение. – М.: Изд-во «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996.
6. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. Учебник для вузов, Аспект-Пресс, 2006.
7. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг. М.:МПСИ, 2004.
8. Analysing identity: cross-cultural, societal, and clinical contexts / edited by Peter Weinreich & Wendy Saunderson. London; New York: Routledge, 2003.