

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»

На правах рукописи

Письменюк Екатерина Сергеевна

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ**

5.3.5. Социальная психология, политическая и экономическая психология

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук

Научный руководитель:
доктор психологических наук, профессор
Грязева-Добшинская Вера Геннадьевна

Челябинск – 2025

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ	17
1.1. Структурная динамика социальной идентичности. Проблема конструирования социальной идентичности.....	17
1.1.1. Структурная динамика социальной идентичности.....	23
1.1.2. Проблема конструирования социальной идентичности.....	41
1.2. Социально-психологический тренинг как инструмент конструирования социальной идентичности менеджеров	52
1.2.1. Современный взгляд на корпоративное обучение в организации	54
1.2.2. Варианты программ социально-психологического тренинга.....	59
1.3. Психологические ресурсы эффективности менеджеров	65
1.3.1. Теоретические и эмпирические исследования психологических ресурсов жизнестойкости и переживания стресса.....	67
1.3.2. Теоретические и эмпирические исследования психологических ресурсов потребностей в достижении и безопасности, эго-состояний личности	77
1.4. Авторская теоретико-эмпирическая модель психологических ресурсов, обеспечивающих конструирование социальной идентичности менеджеров	88
ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КОНСТРУИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ.....	91
2.1. Дизайн исследования и описание выборки исследования	91
2.2. Описание программ типов социально-психологического тренинга и особенностей практической деятельности менеджеров.....	94
2.2.1. Мотивационный социально-психологический тренинг	94
2.2.2. Рефлексивный социально-психологический тренинг	96
2.2.3. Особенности практической деятельности менеджеров.....	98
2.3. Методики исследования	99
2.3.1. Методика диагностики социальной идентичности менеджеров	100
2.3.2. Методики диагностики психологических ресурсов (уровня жизнестойкости и переживания стресса, уровня потребности в достижении и безопасности, эго-состояний личности)	102
2.4. Методы статистической обработки данных исследования	109
ГЛАВА 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КОНСТРУИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ	111
3.1. Различия социальной идентичности менеджеров с разной выраженностью психологических ресурсов	111
3.1.1. Различия эго-состояний личности и социальной идентичности менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности уровня жизнестойкости и переживания стресса.....	111

3.1.2. Различия эго-состояний личности и социальной идентичности менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности уровня потребности в достижении и потребности в безопасности	117
3.2. Структура социальной идентичности (социальных и персональных ролей) менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами	123
3.2.1. Взаимосвязь структуры социальной идентичности менеджеров с психологическими ресурсами (уровнем жизнестойкости и переживания стресса, эго-состоянием личности) ...	125
3.2.2. Взаимосвязь структуры социальной идентичности менеджеров с психологическими ресурсами (уровнем потребности в достижении и безопасности, эго-состоянием личности)	130
3.3. Эффекты мотивационного тренинга	139
3.3.1. Психологические ресурсы (уровень жизнестойкости и переживания стресса) конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях мотивационного тренинга	139
3.3.2. Психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности) конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях мотивационного тренинга	143
3.4. Эффекты рефлексивного социально-психологического тренинга	145
3.4.1. Психологические ресурсы (уровень жизнестойкости и переживания стресса) конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях рефлексивного социально-психологического тренинга	146
3.4.2. Психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности) конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях рефлексивного социально-психологического тренинга	152
3.5. Психологические ресурсы конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях практической деятельности	157
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	162
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	168
Приложение 1. Программа мотивационного тренинга по Е.В. Сидоренко.....	196
Приложение 2. Программа рефлексивного социально-психологического тренинга	207

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования.

Проблема эффективности менеджеров организаций в настоящее время реализуется, в том числе, с помощью корпоративного обучения, а исследователи в области социальной психологии для изучения этой проблемы обращаются к разным иерархическим уровням организации: личности руководителя; уровню управленческой команды; уровням среднего менеджмента, организации в целом (Т.А. Нестик, А.В. Сидоренков, В.А. Штроо). Субъекты, принадлежащие к разным иерархическим уровням организации, формируют разный образ эффективного сотрудника. Основу понимания образа эффективного сотрудника составляет уверенность менеджеров в собственной эффективности, их актуальная социальная идентичность и внутренние психологические ресурсы. Различия в понимании образа эффективного сотрудника (у руководителей и у менеджеров), связанные с социальной идентичностью менеджеров и их психологическими ресурсами, определяют проблему создания условий для конструирования социальной идентичности менеджеров в процессе корпоративного обучения.

Конструирование социальной идентичности в контексте перспективы социального конструктивизма (А. Хаслам, Б. Эшфорт, Б. Шинофф) понимается как процесс ее формирования, происходящий сознательно или бессознательно, заключающийся в принятии социальной идентичности и зависящий от ситуационных факторов (С. Роккас, М. Брюер, О.Е. Хухлаев). Социальная идентичность рефлексруется в признании ее другими, но если ранее приобретенная социальная идентичность теряет актуальность, то субъект встречается с проблемой своевременного выбора иной социальной идентичности (Е.П. Белинская). Актуальность исследования конструирования социальной идентичности менеджеров определяется несколькими проблемами: сложностью взаимосвязей ролей в структуре социальной идентичности (А.В. Сидоренков) и разнообразием ее принятия субъектами в ситуационном контексте (S.A. Haslam, B.J. King).

Ситуационный контекст понимания эффективности менеджеров связан с психологическими ресурсами (А. Cowdrey, S.L. Walters). Проблема актуализации психологических ресурсов менеджеров в контексте корпоративного обучения определяется необходимостью согласования запросов на обучение от субъектов, принадлежащих к разным иерархическим уровням организации (от руководителей и от менеджеров), что формирует наш исследовательский интерес к использованию разных программ социально-психологического тренинга: обучения на основе теоретической модели и обучения, сформированного по индивидуальным запросам менеджеров.

Таким образом, актуальность проблемы исследования определена запросами теории и практики социальной психологии на изучение психологических ресурсов конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях разных типов социально-психологического тренинга, адаптированного для менеджеров с разным уровнем психологических ресурсов и для одновременной реализации двух социально-психологических запросов (от руководителей и от менеджеров).

Степень изученности и разработки проблемы.

Социальная идентичность, по определению Е.П. Белинской, – результат осознания человеком своей групповой принадлежности и принятия соответствующих группе норм и правил. Множественность социальных и персональных ролей структуры социальной идентичности изучается С.W. Leach, J. Marcia, H.R Markus. Исследуется социальная идентичность относительно команды (О. Christ, R. Van Dick); организации в целом (M. Riketta); неформальных групп (J. Lipponen); отдельного человека в организации (А.В. Сидоренков, П.С. Глухов). Структура социальной идентичности (взаимосвязи ролей) исследуется как проблема сложности социальной идентичности М.А. Hogg, С. Роккас, М. Брюер, Г. Крейнером, V. Chattaraman, S.J. Lennon. Выделяются следующие виды социальной идентичности: гражданская идентичность (О.А. Гулевич, А.В. Микляева,

С.В. Фролова), этническая идентичность (В.В. Гриценко, Н.В. Муращенкова), виртуальная идентичность (Г.У. Солдатова, С.В. Чигарькова, Л.В. Оконечникова), профессиональная идентичность (М.В. Чумаков)). Структурная динамика социальной идентичности исследуется относительно факторов ее формирования: усложнения когнитивной структуры и сценариев построения взаимоотношений (В.Ю. Хотинец, А.Ш. Тхостов, Е.И. Рассказова); формирования позитивной самооценки (R. Brown, N. Truong); фокуса внимания на прошлом (Е.В. Забелина, Ю.В. Честюнина); временной перспективы (Е.М. Мещерякова, А.В. Серый, М.С. Яницкий); просоциальной активности (Р.М. Шамянов, Е.Е. Бочарова); индивидуальной и групповой рефлексии (Т.А. Нестик). По мнению S.A. Haslam, V.P. Glaveanu, В.Г. Грязевой-Добшинской, рефлексия способствует принятию социальных и персональных ролей. Т.А. Нестик изучает взаимосвязь рефлексии совместного восприятия временной перспективы с идентификацией как механизм конструирования коллективного образа будущего; Э.Э. Сыманюк изучает временную перспективу в пожилом возрасте. В качестве факторов конструирования социальной идентичности выделяют дискурс (Р. Харре), смысл (П. Берк), принятие решений (М. Брезонски), неопределенность (М. Хогг). Конструирование социальной идентичности исследуется Б. Эшфорт, Б. Шинофф, с помощью значений и смыслов – S.A. Haslam, D.A. Gioia, в зависимости от внешних требований – M.G. Pratt.

Социально-психологический тренинг как инструмент создания условий для конструирования социальной идентичности менеджеров («конструктивная спонтанность» – Я. Морено; «self-directed education» – Н. Long) исследуется Е.В. Сидоренко, Г.П. Щедровицким. Методы корпоративного обучения изучаются М.В. Жуковой, развитие управленческих процессов исследуются О.А. Коропец, Э.Э. Сыманюк. В контексте обучения актуализируются психологические ресурсы (Г.Т. Базарова), связанные со средой (уровень переживания стресса и

жизнестойкости), мотивацией (уровень удовлетворения потребностей), коммуникацией (эго-состояния личности). Специфика переживания стресса (Н.Е. Водопьянова) и жизнестойкости (С. Мадди) изучается как ресурс неопределенности (Т.В. Корнилова), ресурс эволюционного развития возможностей (М. Чиксентмихайи), как экзистенциально-психологический ресурс в области образования (Н.В. Маркина, А.В. Мальцев), относительно здоровья (М.Е. Пермякова), а относительно социальной идентичности исследуется J. Jetten, T. Morton. Уровень удовлетворения потребностей (А. Маслоу) исследуется в качестве психологического ресурса в рабочей деятельности (А.Г. Абдуллин), в качестве ресурсов стабилизирующей и поисковой активности (В.Г. Грязева-Добшинская, Ю.А. Дмитриева), относительно социальной идентичности изучается Н.Л. Ивановой, Кл. Ван Тондер. Эго-состояния личности (Э. Берн) изучаются как ресурс межличностной коммуникации В.А. Петровским; изучаются относительно социальной идентичности S.A. Haslam.

Вместе с тем, проблема психологических ресурсов конструирования социальной идентичности менеджеров еще недостаточно изучена: наблюдается дефицит исследований конструирования социальной идентичности на выборке менеджеров, небольшое количество исследований взаимосвязи психологических ресурсов и конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях обучения.

Цель диссертационной работы – изучить психологические ресурсы конструирования социальной идентичности менеджеров.

Объект исследования: психологические ресурсы, обеспечивающие варианты динамики социальной идентичности менеджеров (социальных и персональных ролей).

Предмет исследования: психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности, уровень жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояния личности), обеспечивающие варианты

конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях социально-психологического тренинга.

Задачи исследования.

Теоретическая задача:

1. Проанализировать теоретические и эмпирические исследования динамики социальной идентичности (социальных и персональных ролей) и конструирования социальной идентичности; выбрать психологические ресурсы, предположительно связанные с конструированием социальной идентичности менеджеров.

Методическая и эмпирические задачи исследования:

1. Сформировать авторскую теоретико-эмпирическую модель психологических ресурсов, обеспечивающих конструирование социальной идентичности менеджеров в условиях разных типов социально-психологического тренинга и практической деятельности.

2. Определить и описать структуру социальной идентичности менеджеров (социальных и персональных ролей), обладающих разными психологическими ресурсами.

3. Определить и описать психологические ресурсы, обеспечивающие варианты конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях мотивационного и рефлексивного социально-психологического тренинга.

4. Определить и описать психологические ресурсы, обеспечивающие варианты конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях практической деятельности.

Основная гипотеза исследования: предполагается, что психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности, уровень жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояния личности), актуализированные в условиях социально-психологического тренинга, определяют варианты конструирования социальной идентичности менеджеров.

Частные гипотезы исследования:

1. Авторская теоретико-эмпирическая модель психологических ресурсов, обеспечивающих конструирование социальной идентичности менеджеров, включает в себя три варианта конструирования, сочетающих рефлексивность психологических ресурсов и структурную динамику социальной идентичности менеджеров в условиях разных типов социально-психологического тренинга и практической деятельности.

2. Структура социальной идентичности (социальных и персональных ролей) различается у менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами (уровнем потребностей в достижении и безопасности, уровнем жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояниями личности).

3. Разные психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности, уровень жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояния личности), актуализированные в условиях разных типов социально-психологического тренинга, определяют разные варианты конструирования социальной идентичности менеджеров.

4. В практической деятельности возможен эффект стихийного конструирования социальной идентичности менеджеров, однако не связанный с выбранными психологическими ресурсами.

Теоретико-методологическая основа исследования.

Изучение психологических ресурсов конструирования социальной идентичности менеджеров основывается на принципах постнеклассической рациональности, направленной на изучение саморазвивающихся и изменчивых объектов (А.М. Степин, М.С. Гусельцева), в контексте системного подхода в изучении сложных систем, ориентированных на будущее при сохранении общей целостности (М.М. Бахтин, Д.А. Леонтьев).

Проблема конструирования социальной идентичности менеджеров определяется созданием условий для индивидуальной и групповой рефлексии психологических ресурсов в конструировании временной

перспективы (Т.А. Нестик), феномене спонтанности как механизма развития личности (Я. Морено). В контексте перспективы социального конструктивизма (А. Хаслам, Б. Эшфорт, Б. Шинофф) конструирование социальной идентичности понимается как процесс ее формирования, происходящий сознательно или бессознательно и заключающийся в принятии социальной идентичности. Единая, целостная социальная идентичность определяется как соотношение социальной и персональной идентичности (Ю. Хамберс), как постоянный процесс взаимопереходов полюсов социальной и персональной идентичности, одновременно достраивающихся личностью в зависимости от изменения внешних условий (Е.П. Белинская, Н.В. Гришина).

Исследование реализуется в условиях разных типов социально-психологического тренинга. Основу мотивационного тренинга составляет ресурсный подход в формировании его программ (Д. Канеман). Основу программы рефлексивного социально-психологического тренинга составляет системная мыследеятельностная методология Г.П. Щедровицкого. Разные подходы, лежащие в основе программ социально-психологического тренинга, позволяют создать разные условия актуализации психологических ресурсов.

В нашем исследовании психологические ресурсы определяются как психологические свойства, связывающиеся в опыте человека со значимым позитивным эффектом, влияющим на эффективность жизнедеятельности (В.А. Толочек). Выбор психологических ресурсов определен теоретическим анализом ситуационного контекста понимания эффективности менеджеров. Выбранный комплекс психологических ресурсов, значимых для деятельности, связан со средой, потребностями и коммуникацией (Г.Т. Базарова).

Методы и методики исследования.

К теоретическим методам относятся анализ, сравнение и обобщение теоретических и методологических исследований. В качестве статистических

методов обработки данных выступили Н-критерий Краскела-Уоллиса, Т-критерий Вилкоксона и эксплораторный факторный анализ. Адекватность факторного анализа проверялась с помощью критерия выборочной адекватности КМО и критерия сферичности Бартлетта. Анализ данных реализован с помощью программ Excel и SPSS 17.

Для изучения структурной динамики социальной идентичности использовалась методика «РОССТЛ» В.Г. Грязевой-Добшинской и соавторов, основанная на психосемантическом методе Дж. Келли. Социальные и персональные роли, представленные в методике, отражают сущность динамичных отношений «Я-Другие»: иерархия (социальные роли «Начальник» и «Заместитель начальника»), принадлежность (персональная роль «Спасатель в кризисе»), вклад в развитие / стабилизацию (персональные роли «Криэйтор» и «Востребованный сотрудник»).

Психологические ресурсы исследовались с помощью теста «Жизнестойкость» (С. Мадди), опросников PSM и «Удовлетворенность потребностей в работе» (В.Н. Скворцов), методики «Рефлексивный выбор» (В.А. Петровский).

Выборка и дизайн исследования.

В исследовании принимали участие 200 менеджеров в сфере образования и управления, в возрасте от 23 до 50 лет. Сфера управления определяется нами как деятельность в организации, сотрудники которой на момент исследования осуществляли управленческую деятельность (120 человек). Менеджеры в сфере образования получали дополнительное образование на момент исследования и выполняли управленческие функции в компании (80 человек).

В социально-психологических тренингах участвовали только менеджеры в сфере управления (120 человек), находящиеся на разных иерархических уровнях и обладающих разными психологическими ресурсами, разделенные на три подгруппы: первая подгруппа – менеджеры, принимавшие участие в мотивационном тренинге для реализации запроса

руководителей организации, эффективные менеджеры-«управленцы»; вторая подгруппа – менеджеры, принимавшие участие в рефлексивном социально-психологическом тренинге, менеджеры с пониженной эффективностью, не выполняющие плановые показатели, с дефицитом психологических ресурсов, с индивидуальными запросами на обучение. Третья подгруппа – «эффективные заместители руководителя» с разным уровнем психологических ресурсов, без участия в обучении, исследовалась в процессе реализации только практической деятельности.

Этапы исследования.

Первый этап исследования (2016–2017 гг.) заключался в реализации теоретической и методической задач. Второй этап (2018–2019 гг.) посвящен реализации эмпирических задач. Третий этап исследования (2020–2025 гг.) – интеграционный, он включал в себя адаптацию авторской теоретической модели, анализ и интерпретацию полученных результатов, подведение итогов исследования.

Научная новизна исследования заключается в комплексном изучении конструирования социальной идентичности менеджеров. Комплексность изучения определяется попыткой сочетать спонтанность структурной динамики социальной идентичности и рефлексии психологических ресурсов менеджеров, актуализированных в условиях разных типов социально-психологического тренинга, и вариантов конструирования социальной идентичности менеджеров.

Доказано, что разные социально-психологические запросы (от руководителей и от менеджеров) могут быть реализованы с помощью разных программ тренинга (с теоретической моделью в качестве основания или составленной по индивидуальным запросам менеджеров) с одинаковой эффективностью: в качестве эффекта разных типов социально-психологического тренинга выступает актуализация разных психологических ресурсов, обеспечивающих разные варианты конструирования социальной идентичности менеджеров, актуальной в ситуационном контексте понимания

эффективности менеджеров («Начальник. Криэйтор. Спасатель в кризисе ↔ Жизнестойкий»; «Заместитель начальника, Востребованный сотрудник ↔ Взрослый ↔ Адаптированный»; «Я ↔ Взрослый ↔ В безопасности»).

Теоретическая значимость исследования заключается в предпринятой попытке рассмотреть проблему психологических ресурсов, обеспечивающих варианты конструирования социальной идентичности менеджеров с перспективы социального конструктивизма как сознательного и бессознательного процесса определения себя, заключающегося в принятии социальной идентичности, в условиях социально-психологического тренинга.

Сформированная авторская теоретико-эмпирическая модель психологических ресурсов, обеспечивающих варианты конструирования социальной идентичности менеджеров, описывает три варианта конструирования социальной идентичности менеджеров, по-разному сочетающих рефлексию психологических ресурсов и структурную динамику социальной идентичности менеджеров, в условиях разных типов социально-психологического тренинга и практической деятельности.

Практическая значимость исследования. Полученные результаты, свидетельствующие о различии структуры социальной идентичности менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами, могут быть использованы социальными психологами, руководителями отдела обучения и персонала в консультировании, при обучении менеджеров компаний, при найме персонала.

Исследование эффектов мотивационного тренинга носит прикладной характер в области построения кадрового резерва предприятия: доказано, что актуализация жизнестойкости способствует осознанию большего количества социальных и персональных ролей, а значит, формирует готовность менеджеров к переходу на другую должность или выполнению более широкого спектра разнообразных задач; доказано, что обучение, сформированное на основе индивидуальных запросов менеджеров,

способствует быстрому освоению новых компетенций: в результате обучения менеджеры актуализировали психологические ресурсы (переживание стресса, потребность в безопасности и эго-состояние «Взрослый») и сконструировали варианты актуальной социальной идентичности («Заместитель начальника. Востребованный сотрудник ↔ Адаптированный»; «Взрослый ↔ Адаптированный»; «Взрослый ↔ В безопасности»).

Результаты исследования эффектов обучения показывают необходимость выделения разных типов социально-психологического тренинга для менеджеров с изначально разным уровнем психологических ресурсов, что позволяет усреднить процесс обучения и сделать изменения в компании более эффективными и менее стрессовыми.

Результаты исследования эмпирически обосновывают вариант реализации одновременных запросов на обучение (и от менеджеров, и от руководителей) в совмещении разных типов тренинга: доказано, что менеджеры, принимавшие участие в тренингах, осознают социальную идентичность, позволяющую эффективно выполнять поставленные задачи, в целом, а в частности, результат тренинга для каждой категории сотрудников оказался индивидуальным. Полученные результаты могут быть использованы при подготовке и реализации программ социально-психологического тренинга в организации.

Надежность и достоверность результатов исследования определяются теоретико-методологической основой исследования, применением валидных методик, соответствующих заявленной теме исследования, достаточным объемом и репрезентативностью выборки, эмпирической проверкой гипотез и статистическим анализом данных.

Положения, выносимые на защиту.

1. Теоретико-эмпирическая модель психологических ресурсов, обеспечивающих конструирование социальной идентичности менеджеров, описывает три варианта конструирования: во-первых, «конструирование обогащенной социальной идентичности» (в процессе мотивационного

тренинга); во-вторых, «конструирование актуальной контексту социальной идентичности» (в процессе рефлексивного социально-психологического тренинга); в-третьих, «вариант стихийного конструирования социальной идентичности» (в условиях практической деятельности).

2. У менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами, структура социальной идентичности различается: у менеджеров с высоким уровнем жизнестойкости и низким уровнем переживания стресса структура социальной идентичности включает в себя персональную роль «Спасатель в кризисе», связанную с психологическим ресурсом – уровнем жизнестойкости; у менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении структура социальной идентичности включает в себя персональную роль «Начальник», связанную с психологическими ресурсами – уровнем потребности в достижении и эго-состоянием «Взрослый».

3. Разные психологические ресурсы, актуализированные в условиях разных типов тренинга, определяют разные варианты конструирования социальной идентичности менеджеров: после участия в мотивационном тренинге рефлексия высокого уровня жизнестойкости определяет конструирование социальной идентичности менеджеров в осознании большего количества ролей (от одной роли «Спасатель в кризисе» до тренинга к трем ролям: «Начальник. Криэйтор. Спасатель в кризисе»); после участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге рефлексия дефицитарно значимых психологических ресурсов определяет два варианта конструирования социальной идентичности менеджеров: от статусных управленческих ролей к идентификации с ролями «Заместитель начальника» и «Востребованный сотрудник» (в рефлексии ресурсов – уровня переживания стресса и эго-состояния «Взрослый») и от роли «Криэйтор» к осознаваемой социальной идентичности, связанной с рефлексией уровня потребности в безопасности и эго-состояния «Взрослый».

4. Эффект стихийного конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях практической деятельности заключается в отсутствии

значимой динамики выбранных психологических ресурсов и конструировании социальной идентичности менеджеров от управленческих ролей к роли «Спасатель в кризисе».

Апробация результатов исследования реализована в компаниях, на базе которых проводилось исследование. Основные положения обсуждались на международной студенческой научно-практической конференции «Психология в меняющемся мире: проблемы, гипотезы, исследования» (Челябинск, ЮУрГУ, 2018 г.), на V и VI международной научно-практической конференции «Бизнес-психология: теория и практика» (Москва, ГУ ВШЭ, 2018 г., 2019 г.). По теме исследования опубликованы 9 работ: 4 статьи в журналах, входящих в перечень ведущих российских рецензируемых научных журналов, 1 статья в журнале, входящем в перечень Scopus, 4 статьи и тезисы докладов в других изданиях.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Сформулированные и определенные темой исследования положения, выносимые на защиту, соответствуют формуле специальности 5.3.5. Социальная психология, политическая и экономическая психология.

ГЛАВА 1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ

1.1. Структурная динамика социальной идентичности. Проблема конструирования социальной идентичности

Социальная идентичность – феномен, в настоящее время привлекающий внимание большого количества исследователей, находящий практическое применение в области социальной психологии. Исследуется проблема выбора социальной идентичности в условиях изменений [16] как рефлексия одновременной дифференциации и интеграции принадлежности субъекта к социальным группам в зависимости от ситуационных факторов [232]. Проблема выбора социальной идентичности, по мнению Е.П. Белинской, это не только вопрос о том, как обрести социальную идентичность и пригласить окружающих ее признать, но и проблема своевременного обретения социальной идентичности, если ранее избранная социальная идентичность потеряет свою актуальность [17].

В качестве основного фактора, определяющего социальную идентичность, выделяют рефлексия. Индивидуальная рефлексия – это ресурс преодоления процесса ролевой неопределенности, стратегии позитивного представления о себе, усвоения категорий и участия в дискурсивных практиках и такие групповые особенности, как особенности социальной категоризации и четкости организованности групп [187, 197]. По мнению Т.А. Нестика, взаимосвязь групповой рефлексии совместного прошлого, настоящего, будущего с групповой идентификацией представляет собой групповой механизм конструирования коллективного образа будущего [102]. Исследованию фокуса внимания на прошлом, настоящем и будущем, в контексте адаптации опросника «Шкала временного фокуса», на российской выборке посвятили свои труды Е.В. Забелина и Ю.В. Честюнина. Доказано, что ценности сохранения самоидентификации (безопасности, доброты и

конформизма) связаны с рефлексией личностью прошедших событий. Ориентация на будущее коррелирует с ценностями власти, достижения и стимуляции и связана с рефлексией образа прошлого [57]. Социальный контекст и временные факторы изучаются исследователями с позиции постоянного процесса идентификации, в который личность вовлечена [15, 78]. Особенности социального контекста, в котором находится в настоящее время личность, характеризуются неопределенностью, нестабильностью, сложностью и разнообразием. Современный мир как изменяющаяся система, по мнению А.Г. Асмолова, включает в себя одновременное наличие двух противодействующих тенденций – к изменению и сохранению. То есть биполярность изменчивого мира основывается на функционировании большого количества неадаптивных элементов, представляющих собой одновременное и противоречивое взаимодействие элементов, обеспечивающих адаптацию родовых программ системы, и элементов, способствующих индивидуальной адаптации [7]. Тогда особенности поведения личности определяются спецификой отношений между индивидуальностью и обществом.

Процесс выбора актуальной для конкретной ситуации социальной идентичности связан с ее множественностью [77] и динамизмом [15, 59], а проблема изучения процесса появления актуальной социальной идентичности определена сложностью взаимосвязей ролей структуры социальной идентичности [123] и рефлексией социальной идентичности в определенном ситуационном контексте [193, 205]. Но прежде, чем обращаться к особенностям структурной динамики социальной идентичности и конструированию социальной идентичности, обратимся к определению этого феномена и выделим то определение социальной идентичности, которое мы берем в качестве основания в нашей диссертационной работе.

В психологии и психологических системах исследование «Я» занимает центральное место: интроекты (З. Фрейд), архетипы (К.Г. Юнг), субличности

(Р. Ассаджиоли), множественная идентичность (У. Джеймс) [108]. В этом отношении определение личностью своего «Я» неразрывно связано с собственным отражением и пониманием себя в сравнении с другими людьми, а идентичность рассматривается как психологическая защита, используемая человеком.

У. Джеймс определяет идентичность как последовательность и непротиворечивость субъекта, тождественность себе, ощущение себя «настоящего» в реализации и сотворении своего жизненного пути [90]. Э. Эриксон определяет идентичность как чувство принадлежности человека к эпохе и гармоничное единство собственного образа мира и доминирующих в обществе социальных представлений, когда важным является переживание целенаправленности и осмысленности собственной жизни [144]. Дж. Марсиа определяет идентичность как внутреннюю, динамическую структуру потребностей, способностей и убеждений, опирающуюся на индивидуальный опыт [214]. Дж. Мид впервые обращается к вопросу социальной обусловленности идентичности и определяет идентичность как представление о себе, детерминированное социально заданными условиями и привычками, связанное с социальным окружением [211].

Термин социальная идентичность вводится в контексте теории социальной идентичности. Г. Тешфел и Дж. Тернер определяют социальную идентичность как представление человека о себе, отражающее факт его принадлежности к различным социальным категориям [236, 237]. Дальнейшее обширное исследование феномена социальной идентичности определило разные перспективы его исследования. Поскольку предметом нашего исследования выступает рефлексия психологических ресурсов для конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях социально-психологического тренинга, обратимся к определению социальной идентичности, предложенному исследователями перспективы социального конструктивизма. Так, Б. Эшфорт и Б. Шинофф определяют социальную идентификацию как процесс формирования представлений

человека о себе, отражающий факт его принадлежности к различным социальным категориям, результатом которого выступает социальная идентичность [154].

Анализируя соотношение процесса и результата относительно феномена социальной идентичности, А.В. Сидоренков выделяет определение социальной идентичности с опорой на исследование процесса идентификации Е.М. Дубровской и Р.Л. Кричевского. Социальная идентичность – рефлекслируемый или не осознаваемый личностью процесс, связанный с развитием взаимосвязи со значимой социальной группой, принятием характеристик этой группы и включенности представлений об этой группе в сферу собственных представлений, установок и ценностных ориентаций. Это психологическое присвоение характеристик социальной группы человеком [120].

Межличностные взаимоотношения, формируемые внутри группы, связанные с личностной и социальной идентичностью, отражая «ядро» динамичных отношений «Я-Другие» в любой группе – иерархию, принадлежность, вклад в развитие и стабилизацию взаимоотношений. Интегрируя понятия личностной и социальной идентичности, Ю. Хамберс выдвинул концепцию баланса идентичности. В предложенной модели это две части одного целого: вертикальное измерение формируется личностной идентичностью, а горизонтальное – социальной идентичностью. Взаимосвязь истории жизни человека (личностной идентичности) с возможностью выполнять различные требования групп (социальной идентичности), к которым принадлежит личность, формирует ее целостность [70]. По мнению Е.П. Белинской, социальная идентичность понимается как постоянный процесс взаимопереходов полюсов социальной и персональной идентичности, одновременно достраивающихся личностью в зависимости от изменения внешних условий [17]. Н.В. Гришина, говоря о процессе соотношения социальной и персональной идентичности, выделяет наличие

неразрывной взаимосвязи целостности личности и социальной идентичности как формы проявления этой целостности [39].

В настоящее время широко исследуются виды социальной идентичности. Применительно к выборке нашего исследования – менеджерам организаций, – для уточнения определения исследуемого нами феномена социальной идентичности, ввиду возможного его соотнесения с феноменом организационной (групповой) идентичности, обратимся к различиям социальной идентичности (по Г. Тешфелу) и организационной идентичности. К. Генри проводит сравнение по трем основаниям. Первое основание – наличие взаимодействия (подход социальной идентичности не предполагает обязательного взаимодействия, в то время как групповая идентификация им обусловлена). Второе основание – наличие самокатегоризации. В концепции социальной идентичности самокатегоризация рассматривается через призму различий в межгрупповых отношениях, а групповая идентификация связана со сходством членов группы. Третье основание связано с определением социальной идентичности в критериях принадлежности к социальной группе и последствий этой принадлежности (организационная идентичность определяется как разная по силе привязанность к группе) [236, 237]. Поэтому применительно к выборке нашего исследования – менеджерам организации – социальная идентичность может быть определена в понимании себя как члена определенной организации, принятии организационных ценностей и норм (Г. Тешфел).

Помимо организационной идентичности, широко исследуются и другие виды социальной идентичности. Так, исследования моральной идентичности как ситуационной идентичности демонстрируют положительные корреляции с чертами Большой пятерки, и отрицательные – с агрессией [55]. О.А. Гулевич исследует взаимосвязь национальной идентичности и отношения к людям, приверженным иным политическим взглядам [48]. А.В. Микляева изучает формирование и развитие гражданской идентичности под влиянием различных социо-когнитивных особенностей [94].

Н.В. Муращенкова, В.В. Гриценко, Е.В. Кулеш исследуют мотивы конструирования этнической идентичности, детально изучая ценностные основания исследуемой мотивации [97]. С.В. Фролова в своем исследовании проводит анализ различий социальной идентичности (гражданской идентичности как вида социальной идентичности) относительно приверженности своей стране как характеристики групповой идентичности, выделяя и доказывая различия между двумя феноменами. По мнению автора, социальная идентичность – динамичный феномен, а приверженность личности к группе носит более устойчивый характер; социальная идентичность направлена на себя, приверженность – на социальную группу. Социальная идентичность является продуктом самосознания и показывает особенности «Я-концепции» личности, в то время как приверженность выступает основным типом привязанности личности к группе. Социальная идентичность – это восприятие принадлежности личности к группе, а приверженность, по мнению автора, отражает готовность личности к долгосрочным отношениям с группой. Социальная идентичность базируется на воспринимаемом сходстве, приверженность – на ресурсах группы, делающих принадлежность к ней привлекательной для личности [131].

М.В. Чумаков, исследуя профессиональную идентичность как вид социальной идентичности определяет ее как фактор субъективного благополучия. В проведенном исследовании показаны результаты, свидетельствующие о снижении профессиональной идентичности в процессе обучения у студентов-психологов, что, по мнению автора, формирует необходимость пересмотра технологий обучения [138].

В нашем исследовании представлена попытка исследования социальной идентичности с точки зрения целостности личности. Поэтому вслед за представителями социального конструктивизма социальная идентичность понимается нами как рефлекслируемый или неосознаваемый результат процесса социальной идентификации – формирование представлений о себе, отражающих факт принадлежности личности к различным социальным

категориям. Социальные категории, которые личность может осознавать в процессе межличностных отношений, могут быть связаны как с ее личностным опытом, так и с необходимостью соответствовать требованиям группы (организации или стихийно сформированной группы). Единая, целостная социальная идентичность определяется соотношением социальной и персональной идентичности (Ю. Хамберс) как постоянный процесс взаимопереходов полюсов социальной и персональной идентичности, одновременно достраивающихся личностью в зависимости от изменения внешних условий (Е.П. Белинская, Н.В. Гришина).

Обратимся к описанию исследований структурной динамики социальной идентичности и проблеме конструирования социальной идентичности.

1.1.1. Структурная динамика социальной идентичности

Исследователи социальной идентичности в настоящее время выделяют основные характеристики этого феномена. Во-первых, социальная идентичность состоит из множества социальных и персональных ролей. Ввиду большого количества социальных идентичностей, связанных с ощущением принадлежности к группам, к которым человек относился в течение жизни, разные социальные идентичности могут быть актуализированы в разных ситуациях, что и определяет выбор актуальной для ситуации социальной идентичности [202]. Во-вторых, помимо множественности, структура социальной идентичности характеризуется сложностью. Сложность структуры социальной идентичности исследуется в двух направлениях: с одной стороны, изучаются сложности взаимосвязей ролей структуры социальной идентичности, а с другой – исследуется наполнение структуры относительно ее элементов. Кроме того, множественная и сложная структура социальной идентичности, по мнению исследователей, динамична. Но в изучении структурной динамики

социальной идентичности в качестве ведущей выделяется проблема исследования изменчивости / устойчивости идентификационных структур как вопрос о том, являются ли представления человека о самом себе изменчивыми, формируя множественную реальность и ставя перед человеком вопросы о его субъектности, свободе воли и возможностях выбора [16].

Впервые проблему множественности социальной идентичности как идею о различных ролях, наполняющих структуру социальной идентичности, сформулировал Дж. Мид. Он ввел два аспекта идентичности: I и Me. Me описывает человека как существо, детерминированное социально заданными условностями и привычками. Развитие идентичности происходит от неосознаваемой идентичности к осознаваемой за счет способности к рефлексии и принятия новых ценностей, которые связаны с социальным окружением [211]. В контексте символического интеракционизма структура социальной идентичности рассматривается как иерархически выстроенная последовательность «Я». Выделяется «идеальное Я» как не динамическое, устойчивое представление человека о себе и «Ситуационные Я» как проявления личности в контексте жизненных ситуаций, в которых она оказывается [218, 235].

Исследуя персональную идентичность в концепции отраженной субъектности, В.А. Петровский предлагает четыре вида идентичности, определяемых способностью личности к рефлексии. По его мнению, личность определяется в своих отражениях, а индивидуальность – это неотразимость личности, поэтому «Я» – это представление личности о себе, полученное с помощью саморефлексии. В исследовании эго-идентичности В.А. Петровский выделяет четыре основания рефлексии «Я». Первое основание – «имманентное Я» – представляет собой рефлексии движущего и движущегося, второе основание, включающее в себя единство представляющего и представляемого, получило название «идеальное Я».

Рефлексия личности как «я в мысли о себе» – это «трансцендентальное Я», а «я в чувствах и ощущениях о себе» – это «трансфинитное Я» [108].

Идея о множественной социальной идентичности связана со знаниями индивида о собственной принадлежности к различному количеству социальных групп вместе с ценностными и эмоциональными проявлениями этой принадлежности [153, 198, 211, 215]. Это представление об особенностях социальной идентичности связано с тремя базовыми положениями.

Первое положение связано со спецификой социальной категоризации и заключается в определении факта идентификации с группой как процесса самоопределения индивида, предсказывающего его поведение с помощью рефлексии принадлежности к социальной группе. Социальная категоризация выполняет две функции: позволяет мысленно сегментировать и упорядочить социальную среду, обеспечивая индивида системой критериев для определения других людей, и позволяет человеку найти свое место и определить свое «я» в социальном окружении. Таким образом, процесс социальной категоризации является когнитивным процессом, позволяющим человеку организовывать информацию об окружающем мире, структурируя различия между категориями, и смягчающим различия внутри одной категории [193].

В качестве второго базового положения выступают особенности самооценки личности (сильные и слабые стороны, индивидуальные достижения), определяющие деятельность участников группы. Так, люди, достигшие высокой самооценки или сохраняющие ее, стремились быть связанными с группами более высокого статуса и старались положительно выделить свою группу среди других.

Третьим базовым положением является выраженность социальной идентичности. Если конкретная социальная идентичность является выраженной для личности, то члены группы будут видеть себя более похожими друг на друга, преувеличивать различия между своей группой и

внешней группой, корректировать свое поведение, ссылаясь на групповые нормы, ориентироваться на достижение [193].

С позиции исследователей теории социальной идентичности ее множественность формируется положением баланса или дисбаланса между личной и социальной идентичностью. Личная идентичность представляет собой ролевые аспекты поведения, накопленные в жизненной истории человека. Социальная идентичность представляет собой ролевые аспекты поведения, отражающие требования всех социальных систем, к которым человек относится.

Выделяется ситуационная идентичность (Р. Ван Дик, В. Чампа, Ш. Лян), которая характеризуется неустойчивостью и слабостью. Она формируется в ситуации принадлежности индивида к организации и только относительно реализации какой-то конкретной цели. Она может появиться и исчезнуть в соответствии с реализацией поставленной задачи. С другой стороны – устойчивая глубинная идентификация, которая предполагает выстраивание связи личности с организацией через разделение общих с организацией целей и ценностей, что позволяет социальной идентичности быть включенной в структуру «Я-концепции» [21, 240].

Современные исследования особенностей виртуальной коммуникации и социальной идентичности представлены в работе Г.У. Солдатовой, С.В. Чигарьковой, С.Н. Илюхиной. Смещение реальности и виртуальности представлено в соотношении нескольких типов идентичности: цифровые аборигены, техноконсерваторы, техноизоляционисты, киборги, персоноиды, цифровые кентавры. Каждый из типов социальной идентичности характеризуется спецификой коммуникации в виртуальности и реальности, что определяет возможные риски в процессе конструирования технологически расширенной социальной идентичности [122].

В исследовании этнической идентичности В.В. Гриценко выделяет непрерывную идентичность как вид идентичности, отражающий отсутствие интереса к своей этнической группе [36].

В продолжение теории социальной идентичности ее множественность изучается применительно к организации, выделяется социальная идентичность относительно команды (O. Christ, R. Van Dick, D. Van Knippenberg) [172, 241, 240], относительно организации в целом (M. Riketta, R. van Dick) [227], относительно неформальных групп в организации (J. Lipponen) [212], относительно отдельного человека в организации (А.В. Сидоренков, П.С. Глухов, Y. Zhang) [246, 32, 120]. Последовательность социальных идентичностей в контексте ее структуры также привлекает внимание большого количества исследователей. Анализ эмпирических исследований показывает, что большей силой и привлекательностью обладает социальная идентичность, связанная с организацией в целом, нежели с отдельным структурным подразделением или отделом [217].

В исследовании роли лидера J. Gyu Park, J. Sik Kim, S.W. Yoon, В.К. Joо выявили социальную идентичность лидера, которая получила название фрагментарной идентичности. Это роль лидера, включающая в себя отношения со значимыми коммуникативными партнерами в группе, отличающаяся от коммуникативного поведения остальных членов группы. С одной стороны, лидер может обладать социальной идентичностью, которая направлена на удовлетворение нужд и желаний своего партнера по коммуникации, с другой стороны, лидер их игнорирует, апеллируя к критике, требованиям и перекладыванию ответственности за неудовлетворительный результат на других членов группы [192]. В исследовании П.С. Глухова выявлено, что в качестве одного из ресурсов инновационного управления на предприятии выступает социально-ролевая идентичность «Кризэйтор» и «Спасатель в кризисе», связанная со стилем лидерства, ориентированного на изменения, управленческими ориентациями в реализации личных мотивов и установками относительно развития всей организации в целом [32].

Интересное исследование социальной идентичности предложено Л.В. Оконечниковой. Выявлены особенности социальной идентичности подростков с идентификацией с героями видеоигр и ее отсутствием [105].

А.В. Сидоренков, В.А. Дорофеев исследуют особенности взаимоотношений групповой и микрогрупповой идентичности. В исследовании доказывалось, что общность всей группы и реализацию основной задачи существования группы определяет групповая социальная идентичность. Развитие групповой идентичности, ее усиление реализуются в несколько шагов. Сначала слабеет, а потом усиливается влияние микрогрупповой идентичности. По мнению авторов, данный механизм определяется психологической защитой, направленной на снижение переживания страха потери принадлежности и потенциального исключения из группы [120].

А.В. Сидоренков, В.А. Штроо, Д.Е. Штильников предлагают теоретическую модель идентичности работников организации. Под термином идентичность авторы подразумевают этап идентификации, связанный с принадлежностью к определенной группе. С одной стороны, теоретическая модель представляет собой уровни социальной идентичности, расположенные в иерархической последовательности: персональная, межличностная, микрогрупповая, групповая, суборганизационная и организационная. С другой стороны, компоненты идентичности (когнитивный и аффективный) являются неотъемлемой частью любого уровня идентичности. В рамках эмпирической поддержки модели исследователями было выявлено, что среди уровней идентичности работников организации наиболее выраженными являются микрогрупповая и суборганизационная идентичность, наименее выраженной – персональная. На уровнях микрогрупповой, суборганизационной и организационной идентичности более сильным является аффективный, а не когнитивный компонент идентичности, который более выраженным является на уровне межличностной идентичности [119].

Защитный механизм идентичности, реализуемый на индивидуальном и групповом уровнях в условиях нарастания трудноконтролируемых угроз и кризисов, изучается Т.А. Нестиком. Исследование фокусируется на

взаимосвязи позитивной идентичности и механизма, связанного со склонностью людей предпочитать позитивную информацию, выражающегося в преобладании позитивной лексики словарного состава языка (эффект Поллианны). Доказано, что на индивидуальном уровне эффект поддерживается с помощью механизмов, защищающих позитивную идентичность личности (позитивные иллюзии и механизмы совладания); на групповом уровне эффект поддерживается с помощью механизмов поддержания позитивной групповой самооценки (ингрупповой фаворитизм, конструирование коллективной памяти и коллективного образа будущего) [103].

Интересную модель социальной идентичности, в которой она представлена соотношением социальных и персональных ролей, предложила В.Г. Грязева-Добшинская. Социальные роли характеризуют принадлежность личности к рабочим социальным группам. Поскольку изначально исследование социальной идентичности В.Г. Грязевой-Добшинской было реализовано среди менеджеров предприятий, в качестве социальных ролей исследовались роли руководителей. Персональные роли, определяющие принадлежность личности к другим, не организационным социальным категориям, получили название: «Криэйтор» (сотрудник, выполняющий наиболее творческие задачи), «Спасатель в кризисе» (антикризисный менеджер), «Востребованный сотрудник» (специалист, решающий задачи вне должностной инструкции) [42–46]. Реализация предложенной модели нашла свое отражение в ряде эмпирических исследований. Так, В.Г. Грязева-Добшинская, Ю.А. Дмитриева, В.А. Глухова эмпирическим путем выявили взаимосвязь лидеров, обладающих личностными ресурсами трансформационного лидерства, с персональной ролью «Криэйтор» и социальной ролью «Начальник», проявляющимися в ситуации, моделирующей неопределенность [43]. Социальные роли – это нормативная система действий, ожидаемых от личности в соответствии с ее социальным статусом. А.Г. Абдуллин, определяя специфику выполнения социальных

ролей в организации, отмечает, что социальные роли менеджеров обуславливаются организационно-техническими и социальными сторонами реализации деятельности. Организационно-технические требования связаны с орудиями, технологией, конечной продукцией, реализуемой компанией. Социальные требования определяются особенностями социального взаимодействия менеджеров в команде. Поэтому, с одной стороны, социальные роли ограничены должностной инструкцией, а с другой – предлагают поведение, которое ожидается со стороны рабочей команды, и сверки с целями команды в соответствии с целями бизнеса. Степень эффективности сотрудника, реализующего социальную роль, определяется его оценкой собственного ролевого поведения, когда менеджер принимает на себя обязательства, связанные с выполнением той или иной роли. Исследователи выделяют предписанные (гендерные), достигнутые (руководитель), специфические (заместитель начальника), диффузные социальные роли [3].

Множественность ролей структуры социальной идентичности обращает нас к проблеме сложности социальной идентичности.

Сложность структуры социальной идентичности исследуется в двух направлениях: с одной стороны, изучается сложность взаимосвязей ролей структуры социальной идентичности, а с другой – исследуется наполнение структуры относительно ее элементов.

Обращаясь к компонентам социальной идентичности, представители теории социальной идентичности первоначально ставили вопрос определения ее места в структуре общей «Я-концепции», рассматривали социальную идентичность как неизменчивую, иерархически выстроенную последовательность элементов. Эта проблема решалась ввиду большого количества более ранних работ с точки зрения изучения представления человека о себе [236]. Позднее на феномен социальной идентичности исследователи стали смотреть как на динамический феномен. Так, в качестве

центрального компонента А. Тэшфел выделяет когнитивный компонент, а М. Ногг – аффективный [202].

В нашем исследовании нас в большей степени интересует исследование структуры социальной идентичности относительно взаимосвязи ее элементов.

Дж. Марсиа выделяет четыре вида идентичности, различающихся между собой особенностями взаимоотношений персональных и социальных ценностей. Первый вид идентичности самый устойчивый и основывается только на персональных ценностях. Второй вид – «мораторий» – включает в себя противоречивость между персональными и социальными ценностями, но не имеет четкого вектора изменений идентичности. Последний вид эго-идентичности получил название диффузной идентичности. По мнению Дж. Марсиа, данный вид идентичности не носит в себе изменений вследствие низкой рефлексии собственных ценностей и отсутствия представлений о себе. Четвертый вид эго-идентичности связан с ориентацией на внешние, социальные представления о себе, получаемые личностью от других людей [211].

В контексте теории социальной идентичности большое внимание уделяется механизмам формирования компонентов социальной идентичности. Актуальным для исследований являются процесс самостереотипизации как процесс формирования прототипного образа члена группы и гомогенность группы – исследование единообразного представления членов группы относительно какого-либо предмета. Социальная идентичность, по мнению авторов, определяется одновременной реализацией процессов формирования позитивной самооценки, яркости социальной идентичности и самокатегоризации [202].

Интересную модель, описывающую взаимодействие множества социальных идентичностей в структуре «Я-концепции» относительно построения взаимоотношений между ними, предложили С. Роккас и М. Брюер. Авторы исследовали специфику взаимоотношений различных

социальных идентичностей через описание в виде четырех стилей, обусловленных уровнем индивидуальной рефлексии и влиянием внешних ситуационных факторов на личность [229].

Пересечение социальных идентичностей проявляется в ситуации принадлежности человека к социальным группам, в равной степени значимым для него. Преобладание одной социальной идентичности над другими проявляется в ситуации выделения наиболее выпуклой и значимой социальной идентичности. Дробление реализуется в зависимости от ситуации: личность демонстрирует разные социальные идентичности в зависимости от ситуационного контекста. Авторы подчеркивают, что подобный вариант взаимоотношений, определяемый выбором актуальной для ситуации социальной идентичности, реализуется с помощью дробления когнитивной структуры и когнитивной изоляции: когда одна социальная идентичность реализуется, другая перестает восприниматься человеком. Характер взаимоотношений в виде слияния проявляется, когда личность слабо дифференцирует свое «Я».

В исследовании взаимоотношений разных социальных идентичностей С. Роккас и М. Брюер выделяют понятие сложности социальной идентичности, определяемое рефлексией различий социальных идентичностей между собой в сравнении с прототипами и более выраженными отдельными представителями социальных групп.

Другое исследование взаимоотношений разных социальных идентичностей в структуре «Я» представлено Б. Эшфортом относительно профессиональных и организационных групп [153, 157, 155]. Выделяется собственно идентификация, дезидентификация, нейтральная идентификация (сбалансированное соотношение профессиональной и организационной идентичности), амбивалентная идентификация (дисбалансированная идентификация с социальными группами).

В исследовании С. Альберта выявлено, что социальная идентичность может состоять из несопоставимых социальных идентичностей без наличия

явной взаимосвязи. Исследователи выявили голографические (общая социальная идентичность менеджеров разных структурных подразделений) и идеографические идентичности (специфическая для выделенного подразделения социальная идентичность, не связанная общностью с организацией) [149].

В работе отечественного психолога С.В. Мухиной выделяется необходимость наличия разных взаимоотношений социальных идентичностей в общей структуре. Так, автор выделяет собственно идентификацию – механизм, определяющий социализацию личности, и обособление – механизм, который служит индивидуализации [98].

Широко исследуются факторы, влияющие на взаимосвязь ролей структуры социальной идентичности.

Эмпирически доказано, что ценности группы, ее нормы и правила, высокий статус группы (ее престиж в сравнении с другими), процессы межгрупповой конкуренции и процессы формирования группы влияют на усиление структуры социальной идентичности [169, 202, 222, 233]. Так, исследователи выделяют процессы формирования сплоченности членов группы (разделение общих целей и ценностей), удовлетворенности членством в группе и выраженности социальной идентичности (место в «Я-концепции», которое занимает принадлежность к исследуемой группе).

В отечественных исследованиях феномена социальной идентичности в области социальной психологии исследователи (Н.Л. Иванова, Е.П. Белинская, Г.М. Андреева) определяют изучаемый нами феномен как процесс самоопределения личности относительно различных социальных общностей (Г.М. Андреева), результатом которого является способность самотворчества и самосознания. Эта способность определяет смысловые и мотивационные компоненты социальной идентичности личности (Н.Л. Иванова) [6, 15, 61].

Исследуя структуру социальной идентичности, Н.Л. Иванова и Т. Мортон обращают внимание на наличие иерархической структуры

взаимосвязанных уровней (элементов) социальной идентичности. Они получили название: базисный, индивидуально-личностный и профессионально-деловой уровни.

Жизненный контекст, который повлиял на личностное становление, формирует базисный уровень социальной идентичности. Основной задачей этого уровня является стремление к сохранению существующего и безопасность. Формирование устойчивой и крепкой социальной идентичности на этом уровне поддерживается с помощью семьи, региона проживания, народа, нации.

Развитие социальной идентичности и определение социального положения в обществе является задачей индивидуально-личностного уровня социальной идентичности. Основной мотивацией социальной идентичности этого уровня является мотивация самоуважения.

Самореализация и расширение субъективного социального пространства могут быть реализованы в ситуации общественных изменений. В отличие от культурных изменений, к которым чувствителен индивидуально-личностный уровень социальной идентичности, общественные изменения становятся мотивацией для формирования профессионально-делового уровня социальной идентичности.

Специфика взаимоотношений компонентов структуры социальной идентичности определяется мотивацией и временем их формирования [59].

М. Яницкий, А. Серый, исследуя структуру социальной идентичности, обращаются к устойчивости / изменчивости ее отдельных элементов. По мнению исследователей, наиболее ранние элементы социальной идентичности являются наиболее устойчивыми. Развитие социальной идентичности включает в себя усложнение и детализацию ее структуры через принятие норм и ценностей, принадлежность к которым определяет специфику социальной идентичности [146].

Предикаты процессуальных характеристик идентификационных структур исследуются Е.М. Мещеряковой, А.В. Серым, М.С. Яницким (в

качестве предиката выступает временная перспектива относительно кризиса идентичности) [93], Р.М. Шамионовым, Е.Е. Бочаровой (в качестве предиката выступает социальная активность относительно выраженности идентичности) [142].

В исследованиях структуры социальной идентичности относительно времени формирования ее устойчивых структур можно выделить интересное исследование В.В. Гриценко и коллег. В результате изучения этнической идентичности и времени ее формирования у старшеклассников авторами выявлены свидетельства ранних знаний подростков о своей принадлежности к этническим группам. Авторы объясняют выявленную закономерность, противоречащую базовому принципу теории социальной идентичности, наличием ошибочных воспоминаний у школьников или спецификой формирования идентичности в моноэтнической среде [36].

V.P. Glaveanu в качестве фактора, определяющего особенности взаимосвязей ролей структуры социальной идентичности, выделяет социальный контекст, который определяет динамичность и ситуативность взаимосвязей ролей структуры социальной идентичности: рефлексия социальной идентичности в определенном контексте не определяет наличие идентичности. Личность может говорить о себе в реализации какой-либо роли, но это не значит, что практическое выражение роли, вслед за представлением о себе, может быть реализовано. По мнению автора, социальная идентичность постоянно формируется в рамках исполнения и в том, как другие, окружающие люди относятся к реализации проявленной идентичности [187].

Далее обратимся к анализу теоретических и эмпирических исследований особенностей динамики социальной идентичности, нас интересует проблема структурной динамики социальной идентичности как динамичность взаимосвязей социальных и персональных ролей ее структуры.

Проблема динамики и устойчивости социальной идентичности трансформировалась в процессе изучения самого феномена социальной

идентичности. Если изначально, по мнению исследователей, могли меняться лишь те социальные идентичности, которые носили в себе ситуативное отражение принадлежности к различным социальным группам, то в дальнейшем фокус внимания исследователей менялся: проблема изменчивости / устойчивости «Я» стала рассматриваться как баланс между неизменностью устойчивой структуры личности («ядра») и другими изменчивыми, но не только ситуационными, динамическими ипостасями «Я».

Изначально динамика социальной идентичности исследовалась относительно кризисов идентичности.

Э. Эриксон рассматривает понятие идентичности (эго-идентичности) через призму чувств личности, отражающих совокупность собственного представления о мире и социальных представлений, характерных для общества. Соотношение представлений развивается не линейно, а через кризисы. Целенаправленность и осмысленность жизни позволяют почувствовать периоды спокойствия, а кризисы, способствующие развитию личности, возникают при наличии конфликта между собственным представлением о мире и общественными тенденциями окружающего мира. Ресурсом для прохождения кризисов, а следовательно, ресурсом для развития личности выступает принятие новых ценностей [144].

В.А. Ильин, анализируя исследования Э. Эриксона, обращает внимание на взаимосвязь идентичности и витальности как на состояние, связанное с целеустремленностью и готовностью к достижению цели, несмотря на препятствия. Конфликт между личностью и обществом как реципрокность социальной и персональной идентичности В.А. Ильин определяет как процесс развития идентичности, результатом которого является открытость новому при сохранении отчетливо выраженной личной позиции и система ценностей, связанная с готовностью устанавливать партнерские отношения с другими людьми и принятием ответственности за свою роль в них [63]

В текущих реалиях постмодерна ключевой вопрос исследования изменчивости / устойчивости идентификационных структур отражает две основных проблематики: структура социальной идентичности представляет собой неизменный конструкт с постоянным «ядром» представления человека о себе, который остается неизменным вне зависимости от влияния на него разнообразных факторов; или структура социальной идентичности представляет собой динамический конструкт, сложность и множественность которого определяется вызовами, с которыми человек сталкивается в течение жизни, определяя вопросы его субъектности, свободы, принятия решений и выбора [14].

Эти кардинально противоположные точки зрения на идентичность все больше отражаются в современных исследованиях в период социальных трансформаций и эпоху перемен. Е.П. Белинская обращает внимание на возрастание интереса к проблематике социальной идентичности именно в кризисные периоды общества, когда меняются правила, а неопределенность и вызовы современности приводят личность к необходимости формировать собственное представление о себе, опираясь на новые реалии [14]. В этом контексте проблема динамики социальной идентичности в современном мире – это попытка ответа на вопрос о том, с помощью каких ресурсов личность способна противостоять трансформационным тенденциям в обществе и может ли быть этим ресурсом само представление человека о себе.

Динамику образа «своих» исследовала В.Ю. Хотинец в контексте изучения этнической идентичности. По мнению автора, образ «своих» трансформируется в результате взаимоотношений нескольких психологических факторов: усложнения когнитивной структуры (представления о себе и оценочные суждения других), сценариев построения взаимоотношений с другими и повышения эмоциональной напряженности (выпуклость социальной идентичности проявляется в конфликтных ситуациях), усиления связей во взаимоотношениях между группами, что

способствует формированию толерантного отношения к образу аутгруппы [134].

Изменчивость социальной идентичности, по мнению В.Г. Грязевой-Добшинской, определена дихотомией я – свой в группе, я – чужой в группе. В ситуации утверждения новых ценностей и правил, когда личность, которая их привносит, определяется группой как «чужой», становится актуальной угрозой идентичности. «Чужой» воспринимается как носитель новых ценностей и угроз разрушения традиционных ценностей и правил, принятых в группе. С помощью позиционирования реализуется процесс познания и признания своего «Я», отличающегося от «Другого» [42].

В контексте социальных взаимоотношений Е.В. Рягузова рассматривает варианты личностных репрезентаций в контексте взаимодействия «Я – ингрупповой Другой», «Я – значимый Другой», «Я – персонализированный Другой», «Я – другой как враг», «Я в художественной реальности», «Я – аутгрупповой Другой». Выделяются стратегии избегания взаимодействия, понимания, управления и подавления, трансформирующиеся в процессе опыта построения межличностных коммуникаций [114].

В классических исследованиях социальной идентичности ее изменчивость определяется выбором стратегии достижения позитивного представления о себе. Так, эмпирически доказано, что динамика социальной идентичности определяется изменением когнитивных и поведенческих стратегий. К поведенческим стратегиям динамики социальной идентичности относят гибкость, с помощью которой участник низкостатусной группы стремится покинуть ее, чтобы изменить условия собственной деятельности.

К когнитивным стратегиям динамики социальной идентичности относят стратегии генерации идей (творчества), когда границы группы, с которыми личность идентифицирует себя, воспринимаются как жесткие при наличии ценностей группы в высоком уровне индивидуальности и творчестве самопроявления. В таком случае личность, находясь в группе,

формирует представление о себе в большей степени относительно персональных, а не социальных ролей, относящихся к структуре социальной идентичности [128].

Стоит обратить внимание, что динамизм социальных «Я-структур» исследователи связывают с внутренними конфликтами и влиянием факторов социального пространства, в котором находится личность [14]. Так, с позиции исследователей символического интеракционизма рост количества ролей, которые входят в структуру социальной идентичности, связан с появлением фигуры «обобщенного другого» – образа «Я», включающего в себя внешние оценки и стандарт поведения, с которым личность сопоставляет собственные паттерны поведения. Тогда результат изменчивости / устойчивости Я – это баланс относительно разрешения конфликтности социальных Я и укрепления персонального Я. Д.А. Леонтьев отмечает, что лабиринт идентичностей, в который человек с ориентацией на социальную стратегию идентичности вовлекает себя, должен согласовать внутри себя множество форм социальных организаций, ценностей, ролевых требований [77].

С появлением теории социальной идентичности, когда социальная идентичность стала рассматриваться с точки зрения взаимопереходов, континуума социального и персонального Я, в центре исследований оказались особенности / критерии динамики персонального и социального Я в ответ на изменение социальной реальности.

Существует множество практикоориентированных исследований, объясняющих подобный переход: менеджеры меняют собственное поведение, ссылаясь на групповые нормы и подстраиваясь под ролевую позицию, отражающую индивидуальную схожесть с другими членами группы. Подобное поведение позволяет сформировать более выпуклую, ярко выраженную социальную идентичность [152].

Доказано, что формирование позитивной самооценки осуществляется благодаря поддержке членов команды, за счет чего повышается лояльность к

группе / команде / организации, стремление к разделению групповых целей и ценностей [222]. Существуют эмпирические доказательства, описывающие ресурсы социальной идентичности относительно групповых целей. Ресурсы усиливаются в ситуации потерь при достижении результата [167], упущенных возможностей, большого количества ошибок при выполнении поставленных задач или ожидаемого неуспеха [238]. Социальная идентичность позволяет личности адаптироваться к текущей ситуации в деятельности [120], определяет эффективность лидерского поведения [198] и определяет лояльность к корпоративной культуре в организации [84].

В отечественной психологии в качестве основополагающего фактора динамики социальной идентичности выступает рефлексия.

Рефлексия – это ресурс преодоления процесса ролевой неопределенности, стратегии позитивного представления о себе, усвоения категорий и участия в дискурсивных практиках и такие групповые особенности, как особенности социальной категоризации и четкости организованности групп. Социальный контекст и временные факторы изучаются исследователями с позиции постоянного процесса идентификации, в который личность вовлечена [15, 77].

Рефлексия является важным фактором формирования выпуклой социальной идентичности. Так, в исследовании этнической идентичности выявлено, что переоценка отношения к своей национальности, интерес к родовой истории и происхождению в ситуации рефлексии и сопоставления личности себя в сравнении с другими является ресурсом преодоления кризисных условий в ситуации межкультурного взаимодействия [37].

Наряду с индивидуальной рефлексией, выделяют групповую рефлексия как способность группы к групповому анализу, одной из социально-психологических функций которой является подготовка к изменениям с помощью поддержания позитивной групповой идентичности. Взаимоотношения «Я – Другой» в процессе группового взаимодействия являются необходимым условием рефлексии. По мнению Т.А. Нестика,

содержанием групповой рефлексии является «Образ Мы» и коллективная судьба; групповая рефлексия тесно связана с процессами социального влияния и социальной идентичностью лидера [102].

В нашем исследовании мы рассматриваем особенности взаимосвязи ролей структуры социальной идентичности и ее структурной динамики с опорой на модель, предложенную В.Г. Грязевой-Добшинской. В рамках предложенной модели целостность социальной идентичности рассматривается во взаимосвязи рефлексии «Образ Я» с социальными ролями (отражающими организационную принадлежность) и персональными ролями (отражающими персональный опыт), включенными в динамику, которая отражает ядро взаимоотношений «Я-Другой» через призму иерархии, принадлежности и вклада в развитие или стабилизацию взаимоотношений. Социальная идентичность выявляется с помощью техники репертуарных решеток по модели Дж. Келли. Рефлексия социальной идентичности – «Образ Я», связанный с одной или несколькими социальными и персональными ролями, – представляет собой конструкт. Конструкт реализуется с помощью процесса сортировки и определяет выбор связи с социальной и персональной ролью. Личность сама отбирает оптимальное количество конструктов для каждой ситуации и определяет, какие из них могут быть применены.

1.1.2. Проблема конструирования социальной идентичности

В настоящее время традиционное представление о социальной идентичности как о стабильном «ядре» личности трансформировалось в направлении ее множественности, изменчивости и вариативности [15].

Множественность и динамика социальной идентичности определяют ее изучение в ситуационных и контекстуальных проявлениях.

В теории социального конструктивизма социальная идентичность понимается как незавершаемый «автопроект» – «никогда не

заканчивающийся, всегда незавершенный, неоконченный, открытый в будущее деятельностью» [12]. Ключевой проблемой исследования социальной идентичности в данном ключе является вопрос о мотивации конструирования идентичности из необходимости адаптироваться к текущим постоянно меняющимся условиям жизни и деятельности. В этом отношении представители перспективы социального конструктивизма, занимаясь изучением социальной идентичности, обращаются к вопросу о факторах конструирования социальной идентичности.

Основатель теории социальных отношений К. Гergen рассматривает феномен социальной идентичности как историю о себе. Описание истории жизни – «Я-нарратив» – с позиции К. Ггергена является процессом и результатом самоповествования личности. Человек формирует историю о себе в процессе своего жизненного пути, и это есть воспроизведенное в коммуникациях и взаимоотношениях с другими описание социальной идентичности. В контексте представленной теории социальная идентичность конструируется в области социальных отношений, позволяя человеку с разных ролевых позиций посмотреть на историю своего жизненного пути, создавая необходимую основу для адаптации в меняющемся мире [145].

Р. Харре предлагает другой способ конструирования социальной идентичности – через участие в дискурсивных практиках. Дискурсивные практики позволяют учитывать участие разных людей, которых можно включить или исключить для формирования различных социальных категорий. Социальные категории служат основами для формирования позиционирования «Я», наполняя «Я» смыслами в терминах данных категорий, и представляют собой позиционирование личного социального мировоззрения, аффективную приверженность отдельных дискурсивных категорий, что формирует само представление и представленность системы моральных убеждений личности. Смысл как фактор конструирования социальной идентичности личности является, по мнению П. Берка, ключевым компонентом в структуре социальной идентичности. Проблема

определения и обретения смысла связана с верификацией отдельной социальной идентичности относительно множества других, существующих одновременно, когда истинный смысл может быть определен только через процесс определения, осознания и проявления противоположных смыслов в деятельности субъекта [168].

Социальные контексты с позиции временных модусов исследуются в концепции Х. Макуса и П. Нуриуса. Авторами выделяется «рабочая Я-концепция» как представление о себе в данном контексте взаимодействия и «возможные Я» – представления о том, какой личность может стать в будущем в зависимости от ситуационных факторов и социальных контекстов [215].

Возможные «Я» конструируют рабочую Я-концепцию. Р. Хойл, М. Шерил обращают внимание на мотивирующую функцию «возможных Я» к динамике социальной идентичности с помощью изменения ее структуры [203]. «Возможные Я» – это тот Я, которым я мог бы быть при влиянии определенных факторов. По данным эмпирических исследований факторами, способствующими формированию «Возможных Я», выступают социальная среда и ценности социальных групп, с которыми личность себя идентифицирует [209].

По мнению В.В. Нурковой, конструирование социальной идентичности связано с временным интервалом ее изменчивости – отрезком ее личностного жизненного пути, в процессе которого личность рефлексировывает собственные индивидуальные изменения. Этот интервал определяется границами, называемыми «Я – не тот, что прежде» и «Я – другой человек». По мнению автора, изменение социальной идентичности формируется смысловым разрешением кризисных тем, соответствующих определенному этапу жизненного пути личности, собственно, и определяющих динамику социальной идентичности в определенных жизненных пределах [104].

Время как критерий конструирования социальной идентичности и реализации возможных идентичностей выступает как ключевой фактор и в концепции М. Синиреллы.

По мнению автора, личность обладает репертуаром «возможных Я», которые могут быть реализованы в соответствии с контекстом жизненной ситуации личности. Конструирование социальной идентичности в текущей ситуации определяется возможностями коммуникации, образами ближайшего окружения, которые могут влиять на реализацию или отсутствие реализации возможных «Я» социальной идентичности.

Реальное проявление возможных «Я» в жизненной ситуации связано со взаимосвязью группового процесса, коммуникацией между членами группы, а также определено несколькими этапами реализации. Первоначально «возможные Я» формируются исходя из будущей перспективы – индивидуальных и групповых представлений образов возможного будущего группы, к которой личность принадлежит. В качестве второго этапа автор выделяет личные перспективы реализации собственного «возможного Я» в группе, к которой она принадлежит, с учетом необходимости трансформации собственных персональных характеристик. «Вектор времени» является синергией взаимосвязи персонального и индивидуального в формировании социальной идентичности. «Возможные Я», активизирующиеся с помощью норм, правил, стереотипов и других элементов, формируют характеристики личности относительно прошлого и будущего, неся в себе выраженность прототипичного образа члена группы, к которой он принадлежит. Помимо «вектора времени» М. Синирелла выделяет индивидуальные стратегии рефлексии корреляции социального и персонального полюса идентификационных структур. Первая стратегия реализуется в рефлексии последствий и реализации негативных «возможных Я», которые приписываются внешним обстоятельствам. Вторая стратегия связана с паттерном создания мифологии группы. Эти истории объединяют разные временные структуры (прошлое, настоящее и будущее группы) и создают

совокупность представлений, наделенных некой смысловой нагрузкой, входящих с состав «возможных Я» [232].

В рамках символического интеракционизма и современного социального конструктивизма групповое отношение ко времени понимается как конструирование совместной временной перспективы, связывающей участников группы. Оно формируется на основе восприятия, переживания и осмысления совместной жизнедеятельности. Совместная временная перспектива конструируется в межличностном дискурсе в структуре групповых взаимоотношений. Т.А. Нестик в исследовании процесса конструирования коллективного образа будущего выделяет следующие элементы: групповую рефлексия совместного прошлого, настоящего и будущего; механизмы формирования коллективных эмоциональных состояний и влияние личности лидера; групповую идентичность [102].

Другой фактор конструирования социальной идентичности – социальная категоризация – исследуется в моделях М. Брезонски и М. Хогга.

М. Брезонски связывает множественность социальной идентичности с особенностями когнитивного стиля, полагая, что увеличивающееся количество оснований для идентификации способствует ее динамике и, как следствие, конструированию [166]. Автор выделяет три варианта конструирования социальной идентичности в зависимости от принятия решений личности: информационный, нормативный, диффузный.

В меняющемся мире, требующем от личности ресурсов совладания с разнообразными вызовами современности, личность формирует социальную идентичность, способствующую снижению дискомфорта.

По мнению М. Хогга, основным фактором конструирования социальной идентичности выступают ресурсы социальной организации. Одним из ресурсов, предлагаемых социальными организациями для личности, выступает четкость в организации социальных групп в условиях неопределенности. Стремление к стабильности – это базовая мотивация социальной идентичности, способствующая идентификации с группами и

включенности в них [205]. Теория идентичности М. Хогга базируется на идее о том, что стремление к стабилизации как стремление к избеганию дискомфорта служит основанием в формировании социальной идентичности и выборе социальных групп, к которым личность чувствует свою принадлежность.

Процесс формирования принадлежности к группе формируется благодаря мотивации движения вперед или ситуации, ставящей человека перед выбором и принятием решения. В подобной ситуации личность опирается на ресурсы, позволяющие снижать уровень неопределенности, что позволяет воспринимать случившееся как вызов. В противном случае ресурсы определяются личностью как недостаточные, побуждая к защитному или избегающему поведению, а сама ситуация воспринимается как угроза, связанная с потерей собственного представления о себе.

М. Хогг в своих исследованиях выделяет два процесса, направленных на получение ощущения баланса в ситуации неопределенности. Социальная категоризация позволяет снизить неопределенность с помощью четкого определения собственной принадлежности к конкретным группам. Подобное определение позволяет сформировать прототипичные варианты поведения в заданной ситуации. Вторым процессом, влияющим на достижение баланса в ситуации неопределенности, является процесс организованности группы: чем более ясны и четки групповые границы, чем более прозрачна иерархическая структура группы, ее цели и задачи, тем более устойчивой является социальная идентичность [205].

Другой, противоположный подход в конструировании социальной идентичности предложен представителями процессуальной теории социальной идентичности. Так, Г. Брейкуэлл считает необходимым состояние неопределённости в процессе формирования структуры социальной идентичности. Неопределенность понимается как неразрывность времени и его непрерывность в ситуациях, находящих отражение внутри социальной идентичности. Личность, сталкиваясь с разнообразными

вызовами, сохраняет их историю в себе, стремясь обрести чувство поддержки со стороны другого человека, способствующее поддержке отличия собственного «Я» от «Я» других людей, определяющее компетентность и желание усилить именно это представление о себе [164].

В этом случае в качестве основного фактора конструирования социальной идентичности выступает социальный контекст. Поиск места в структуре социальной идентичности и дальнейшая интеграция нового элемента – это процессы ассимиляции и аккомодации, необходимые для формирования новой социальной идентичности. Ценности и эмоции, наполняющие процесс конструирования социальной идентичности, имеют основополагающее значение для наполнения ее содержанием.

Социальный контекст включает в себя структурное и процессуальное измерение, определяя область межличностных и межгрупповых отношений. Социальная идентичность, опираясь на структуры отношений, включает в себя необходимые для усвоения социальные и межличностные роли, а также правила и нормы, в соответствии с которыми реализуются межгрупповые и межличностные взаимоотношения. Без усвоения и принятия ролей, правил и норм структура социальной идентичности не может формироваться [164].

Процессуальный контекст определяется регуляцией меры влияния больших социальных систем на межгрупповые и межличностные отношения. Влияние больших социальных систем формирует содержание и ценность социальной идентичности с помощью установления ценностей, убеждений, необходимых для принятия другими группами.

Социальную идентичность в контексте социального конструктивизма применительно к организации исследуют D.A. Gioia, K.G. Corley, S.L. Brickson, J.P. Cornelissen, A. Хаслам, B.E. Ashforth, B.S. Schinoff, A.D. Brown, S.M. Clark, M.G. Pratt.

В основе исследований социальной идентичности в организации лежит идея о том, что у менеджеров организации есть общее представление о себе, которое является центральным и реализуется в жизненных историях или

когнитивных паттернах поведения, которые члены одной группы коллективно создают, мотивируя поведение общим смыслом и общими целями [183, 184]. В таком контексте социальная идентичность определяется как результат групповой рефлексии, направленной на интеграцию полученного опыта в определенном, заданном контексте [153, 166, 167].

Ключевой функцией социальной идентичности в исследованиях применительно к организации, по мнению А. Хаслама, является формирование системы координат, которая дает направление в интерпретации происходящих событий и придает значимость совместному опыту [194–198].

Эмпирические исследования конструирования социальной идентичности, проведенные B.E. Ashforth, A.D. Brown, S.M. Clark, D.A. Gioia, D.Jr. Ketchen, J.B. Thomas, M.G. Pratt, демонстрируют взаимосвязь с ее динамикой межличностных отношений внутри группы в определенных социальных условиях или ситуациях социальных изменений [152–155, 166, 173, 224–226].

В текущих исследованиях процесс конструирования идентичности – это присвоение индивидуальных взглядов одних членов команды другими, когда коллективные мысли и чувства передаются от более статусных участников команды к другим через язык и символы [196].

Исследование социальной идентичности в рамках контекстного подхода (B.G. King, P.S. Navis, M.A. Glynn, D.A. Whetten) связано с принятием группой людей особенностей контекста, в котором они находятся. Исследователи делают акцент на стабильных, устойчивых характеристиках контекста, которые менеджеры принимают и реализуют на уровне действий и поведения.

Социальная идентичность становится включенной в контекст общей группы, когда мысли и чувства членов группы определены в текущий момент времени в образ коллективного «актера», когда индивидуальные члены

действуют от имени организации, полностью разделяя цели, ценности и миссии группы, к которой они принадлежат.

По мнению исследователей, они думают о ней, как о части личности, принадлежащей чему-то большему, чем сама личность, что и есть коллективное понимание того, «кто мы как организация» [189, 190, 221, 244].

В целом, исследования проблематики конструирования социальной идентичности применительно к организации включают в себя идею о том, что результаты конструирования связаны с разделяемой членами группы социальной идентичностью с помощью различных характеристик идентичности и разнообразными обязательствами. Особое внимание исследователей связано с механизмами формирования положительной и отличительной социальной идентичности и последствиями, связанными с конструированием социальной идентичности на индивидуальном и организационном уровнях.

Механизм социальной перцепции лежит в основе процесса конструирования социальной идентичности, по мнению V.P. Glaveanu. В этом отношении социальная идентичность, на примере изучения идентичности творческой личности, является проектом, разработанным самим собой по отношению к другим, с заданным определенным смыслом: с одной стороны, личность, конструируя социальную идентичность, решает социальную задачу, а с другой – требует восприятия со стороны других в соответствии с представленной ролью. В модели выделяется проблемная, отрицаемая и продвигаемая социальная идентичность. Продвигаемая социальная идентичность реализуется как идентичность, признанная в обществе; отрицаемая – как отвергаемая в обществе, проблемная социальная идентичность отражает внутренний конфликт личности [187].

С позиции перспективы социального конструктивизма процесс конструирования социальной идентичности исследуется в нескольких направлениях. Во-первых, ряд авторов (D.A. Gioia, K.G. Corley, S.L. Brickson, A. Хаслам, B.E. Ashforth, B.S. Schinoff, A.D. Brown, S.M. Clark, M.G. Pratt)

изучает процесс конструирования социальной идентичности через призму трансформации полученного общего опыта в результате влияния ситуационных факторов относительно временной или любой другой, принятой в группе системы координат. По мнению Б. Эшфорт и Б. Шинофф, конструирование идентичности – это сознательный или бессознательный процесс принятия социальной идентичности, обусловленный потребностями личности. Особое место отводится смыслу принятия социальной идентичности с позиции того, кто эту идентичность конструирует [157].

Во-вторых, исследователи (B.G. King, P.S. Navis, M.A. Glynn, D.A. Whetten, M. Alvesson, H. Willmott) обращаются к процессу конструирования социальной идентичности, когда большая фигура – компания или другая система большего порядка, к которой относят себя личности, – определяет их идентификацию и позволяет выступать в качестве полноправного представителя. M. Alvesson, H. Willmott вводят понятие «работа с идентичностью» как исправление, поддержание, усиление и пересмотр конструкторов по отношению к другому человеку извне [151].

Проблема психологических ресурсов конструирования социальной идентичности менеджеров определяется проблемой создания условия для индивидуальной и групповой рефлексии психологических ресурсов в конструировании временной перспективы (Т.А. Нестик), является теоретико-методологической основой нашего исследования. В качестве системы координат, задающей процесс конструирования, выбраны границы в виде типов социально-психологического тренинга (мотивационного и рефлексивного социально-психологического тренинга) и практической деятельности менеджеров в период экспериментального воздействия. В контексте перспективы социального конструктивизма (А. Хаслам, Б. Эшфорт, Б. Шинофф) конструирование социальной идентичности понимается как процесс ее формирования, происходящий сознательно или бессознательно и заключающийся в принятии социальной идентичности.

Подводя итоги параграфа, резюмируем, что в нашем исследовании представлена попытка изучить и описать целостность личности. Продолжая идеи Ю. Хамберса, Е.П. Белинской, Н.В. Гришиной, единую, целостную социальную идентичность мы определяем как соотношение социальной и персональной идентичности, как постоянный процесс взаимопереходов полюсов социальной и персональной идентичности, одновременно достраивающихся личностью в зависимости от изменения внешних условий.

В нашем исследовании мы рассматриваем особенности взаимосвязи ролей структуры социальной идентичности и ее структурной динамики с опорой на модель, предложенную В.Г. Грязевой-Добшинской. В рамках предложенной модели целостность социальной идентичности рассматривается во взаимосвязи рефлексии «Образа Я» с социальными ролями (отражающими организационную принадлежность: «Начальник-мужчина» и «Начальник-женщина», «Заместитель начальника-мужчина» и «Заместитель начальника-женщина») и персональными ролями (отражающими персональный опыт: «Криэйтор», «Спасатель в кризисе», «Востребованный сотрудник»), включенными в динамику, которая отражает ядро взаимоотношений «Я-Другой» через призму иерархии, принадлежности и вклада в развитие или стабилизацию взаимоотношений. Представленная модель отражает исследование социальной идентичности относительно контекста и выборки нашего исследования – менеджеров организаций. Проблема конструирования социальной идентичности менеджеров, фактором которой выступает индивидуальная и групповая рефлексия, связана с идеей о взаимосвязи конструирования временной перспективы, идентификации и групповой рефлексии, предложенной Т.А. Нестиком. В качестве системы координат, задающей процесс конструирования, выбраны границы в виде типов социально-психологического тренинга (мотивационного и рефлексивного социально-психологического тренинга) и практической деятельности менеджеров в период экспериментального воздействия.

Обратимся к следующему параграфу, который посвящен теоретическим и эмпирическим исследованиям особенностей социально-

психологического тренинга в организации, рассматриваемого в нашем исследовании как инструмент, задающий границы для конструирования социальной идентичности.

1.2. Социально-психологический тренинг как инструмент конструирования социальной идентичности менеджеров

Развитие науки, образования и бизнеса в условиях рыночной экономики, информационного века, интеллектуального капитала предъявляет новые требования ко всем сферам жизни. Преимуществом и ключевым фактором развития любой организации становятся ее сотрудники, их знания и личностные ресурсы. Уровень развития самого предприятия определяется эффективностью персонала, качеством работы сотрудников и компетентным подходом в решении поставленных задач. Для того чтобы обеспечить выделенное требование, организации обращаются к ресурсам корпоративного обучения ввиду необходимости поддерживать знания, умения и навыки сотрудников на необходимом для реализации профессиональной деятельности уровне.

Корпоративное обучение – это получение новых навыков и умений сотрудниками одной компании с целью повышения эффективности работы каждого сотрудника в отдельности и всей компании в целом (Т.Ю. Базаров, Г.Т. Базарова, А.Ю. Поддьяков). Запросы в тематике корпоративного обучения формируют прежде всего руководители компании, которые определяют круг участников процесса обучения. Вид, методы и способ проведения обучения определяет социальный психолог и корпоративный тренер в организации [121].

Т.А. Нестик обращает внимание на актуальность групповой рефлексии в организационном контексте в настоящее время: групповой анализ опыта является ресурсом конкурентоспособности организаций в более быстром обучении команды по сравнению с конкурентами. Групповая рефлексивность

приобретает все большее значение: способность анализировать эффективность своей группы, извлекая уроки из своего и чужого опыта, становится ресурсом для проектных команд. Под групповой рефлексивностью исследователями психологии малых групп понимается степень, в которой члены группы склонны к обсуждению совместных целей, задач и групповых процессов, адаптируя их к ожидаемым изменениям в соответствии с ситуационным контекстом (М. Вест) [102].

Содержанием групповой рефлексии, наряду с опытом группы, притязаниями, целями и смыслами существования, выступают возможности и ресурсы группы (А.Л. Журавлев) [102]. В качестве ресурсов группы, оказывающих влияние на эффективность корпоративного обучения, по мнению Г.Т. Базаровой, выступают психологические ресурсы, связанные с организационной средой, мотивацией и квалификацией сотрудников. То есть социально-психологический тренинг как вариант корпоративного обучения в организации может формировать условия для актуализации психологических ресурсов сотрудников, проходящих обучение. В нашем исследовании мы не фокусируем внимание на уровне квалификации сотрудников, но обращаем внимание на психологические ресурсы, связанные с особенностью среды, в которой осуществляют деятельность сотрудники компании, коммуникативные психологические ресурсы, ресурсы мотивации и их особенности совладания со стрессовыми ситуациями. Тем не менее, особенности психологических ресурсов, актуализации которых способствует социально-психологический тренинг, будут рассмотрены нами в третьем параграфе. А в текущем параграфе мы подробнее остановимся на теоретических исследованиях, касающихся корпоративного обучения в настоящее время, а также обратимся к исследованиям, связанным с типами социально-психологического тренинга, используемого в ходе исследования (тренинга, сформированного с помощью прототипной программы обучения (мотивационного тренинга),

и тренинга, сформированного с помощью проактивной программы обучения (рефлексивного социально-психологического тренинга)).

1.2.1. Современный взгляд на корпоративное обучение в организации

Концепция корпоративного обучения персонала в настоящее время в качестве основной проблемы выделяет качество проведенного обучения и его влияние на дальнейшую эффективность сотрудника на рабочем месте. Востребованной в настоящее время становится концепция «обучающей организации» (П. Синге, М. Портер, М. Педлер, Д. Гарвин, Дж. Хубер), определяющая в качестве основного конкурентного преимущества качество обучения и развития сотрудников компании. Данная теория основана на предположении, что в быстро изменяющихся условиях рынка для поддержания достаточного уровня конкурентоспособности компании должны реализовывать программу непрерывного обучения сотрудников [11].

Под термином «обучающаяся организация» понимают self-directed education, при котором сотрудники организации берут на себя инициативу относительно самостоятельного и непрерывного развития собственного «Я». Подобная инициативность связана с самостоятельной диагностикой потребностей в обучении, формулировкой целей обучающего процесса и ожидаемых от обучения результатов [213, 239]. Н. Long понимает self-directed education как обучение, которое происходит из запросов практики и повседневного опыта человека, позволяющее управлять своими образовательными потребностями независимо от учителей. Этот вариант обучения состоит из трех измерений: мотивация, метапознание, саморегуляция. То есть обучающиеся могут брать на себя ответственность за результат обучения, сложные вызовы и задачи для глубокого развития полученного в обучении материала [213].

М.В. Жукова и М.В. Предеина, анализируя подходы к формированию субъективной карьеры, непрерывность образования выделяют в качестве актуального предиката [111].

Исследуя непрерывность обучения, Е.В. Забелина изучает стратегию просвещения в области медиапотребления. Выявлено, что субъекты, ориентированные на просвещение, демонстрируют большую любознательность, креативность и ответственность. Для них характерны интеллектуальные творческие ценности и прагматическая позиция [87].

Говоря о непрерывном образовании, исследователи выделяют форму спонтанного обучения как способ развития персонала на рабочих местах, которая в условиях современности может быть реализована как в очном, так и в дистанционном формате. Так, в исследовании О.Ф. Брыксина, Г.В. Акопова, В.А. Бирюлина, Д.В. Лубовского показана актуальность влияния цифровизации на образование и обучение. В этом отношении важной является задача нахождения баланса между традиционной и сетевыми формами взаимодействия через активное использование различных инновационных педагогических моделей и процедур, психолого-педагогического сопровождения процесса. Поиск подобного баланса является актуальным прежде всего для профессиональной рефлексии педагогов [19].

Создание условий для обучения связано в том числе с исследованием факторов, влияющих на академическую прокрастинацию в условиях цифровизации образовательной среды. Нейротехнологии в процессе профессионального развития исследуются Ю.А. Сыченко [123]. В исследовании нормативного поведения в условиях пандемии в образовательной среде показана необходимость деятельностного включения в решение групповых задач, направленных на оптимизацию жизнедеятельности и целенаправленное предоставление психологической помощи [20].

Э.Э Сыманюк, Э.Ф. Зеер обращают внимание на появление новой парадигмы – персонализированного образования, – которое относится к развивающим моделям обучения и заключаются в усилении мотивации и познавательных способностей с помощью самодетерминации, саморегуляции и самоактуализации [58].

Спонтанность обучения обращает наше внимание на «теорию конструктивной спонтанности» Я. Морено, которая рассматривает поведение людей, обусловленное внутренними потребностями и смыслами. Он связывает спонтанность, которая может быть реализована как бесконтрольно, так и с помощью обретения контроля над ситуацией, с бессознательными процессами, творчеством, стремлением к изменению и развитию [96]. По мнению А. Маслоу, спонтанность является необходимым фактором самоактуализации [216]. В.А. Петровский рассматривает спонтанность, как природную функцию, способствующую развитию надситуативной активности [108]. По мнению Н.Е. Харламенковой, спонтанное поведение – это результат психологической зрелости личности, что относится к понятиям свободы личности и ее интеллектуальной и познавательной активности [132]. В организационном контексте спонтанность исследуется как отражение конфликта между интересами персонала и организацией: когда поставленные задачи прерывают спонтанность, необходимую для развития творческого потенциала сотрудников и решения нестандартных задач. Конфликт заключается в необходимости, с одной стороны, регуляции процессов организации, а с другой – управления индивидуальными чувствами и эмоциями [223].

В настоящее время существует множество вариантов реализации корпоративного обучения. В данной диссертационной работе мы освещаем практику использования социально-психологического тренинга в организации.

Социально-психологический тренинг, по мнению Л.А. Петровской, это метод групповой психологической работы, направленный на развитие компетентности человека в общении [107].

В аспекте исследования корпоративного обучения в организациях Г.Т. Базарова предлагает классификацию форм обучения, принятых в компании. Автор выделяет тренинг личностного роста, социально-психологический тренинг и бизнес-тренинг. Снижение запросов на обучение сотрудников с помощью тренингов личностного роста связано прежде всего с интересом организации к развитию профессиональных компетенций менеджеров, а не их личных особенностей. Исключение в данной области составляет обучение, связанное с особенностями самореализации для творческих сотрудников и представителей высшего менеджмента [11].

Социально-психологический тренинг предполагает разнообразное количество методов, которые могут быть в арсенале ведущего тренинга. Это такие инструменты, как активные методы работы, особенности которых связаны с тем, что ведущий тренинга может создать условия для переживания участниками нового опыта, приобретения знаний о себе, получение новой информации. Ю.М. Емельянов относит к техникам активных методов групповую дискуссию и игровые методы [54], И.В. Вачков дополняет инструментарий медитативными техниками, приемами психогимнастики, релаксации и обратной связи [24]. Коммуникативные технологии исследуются М.Г. Гриник, Л.В. Оконечниковой [105].

Отличительной особенностью бизнес-тренинга является его направленность на реализацию операционных задач, для которых формируется программа обучения или повышения квалификации сотрудников. В ходе бизнес-тренинга участники знакомятся с конкретными инструментами для реализации бизнес-процессов или решения важных для компании задач. В результате бизнес-тренинга происходит целенаправленное овладение конкретным инструментом, необходимым для успешной деятельности компании, с помощью которого повышается уровень

профессиональных компетенций сотрудников и адаптационный потенциал к возможным изменениям в компании.

Результаты корпоративного обучения в организации обладают эффектами несколько более широкими, чем цель конкретной программы обучения. Корпоративное обучение косвенно влияет на такие организационные показатели, как повышение эффективности деятельности всей компании через усиление профессиональных компетенций сотрудников; обновленное видение общей цели деятельности и миссии организации в контексте анализа новых перспектив, предлагаемых рыночными условиями; корректировка кадровой политики предприятия, снижение ротации и формирование кадрового резерва; повышение уровня профессиональной мотивации сотрудников и ресурсов адаптации к меняющимся условиям [69].

Актуальной проблемой социально-психологического тренинга, связанной с реализацией запросов организации, выступает проблема оценки качества обучения. Наиболее популярной моделью, позволяющей оценить качество корпоративного обучения, является шкала оценки Д.Л. Киркпатрика. Она включает в себя несколько шагов оценки. Первый шаг – оценка субъективных аффективных реакций участников корпоративного обучения; второй шаг – оценка приобретенных знаний и умений в результате корпоративного обучения; третий шаг – оценка навыков, приобретенных в ходе обучения в практической деятельности; четвертый шаг – динамика показателей в рабочей деятельности сотрудников, прошедших обучение [206]. В исследовании пространства невербального общения В.А. Лабунская обращает внимание, что значимость интерпретации невербального поведения зависит от контекста, ситуации, общения и связана с рефлексией и переживанием совместного или прошлого опыта взаимодействия. Условия формирования смыслового пространства невербального поведения различаются ролевыми позициями, когда партнеры являются и субъектами, и объектами процессов кодирования и

интерпретации по отношению друг к другу, и напрямую связаны с эффективностью обучения [76].

Таким образом, современный взгляд на корпоративное обучение в организации связан с термином «обучающаяся организация», понимаемым как self-directed education, при котором сотрудники организации берут на себя инициативу относительно самостоятельного и непрерывного развития собственного «Я». Говоря о непрерывном образовании, исследователи выделяют форму спонтанного обучения. Спонтанное поведение – это результат психологической зрелости личности, что относится к понятиям свободы личности и ее интеллектуальной и познавательной активности. Для реализации спонтанного поведения используется социально-психологический тренинг.

1.2.2. Варианты программ социально-психологического тренинга

В ходе экспериментального воздействия в диссертационном исследовании были использованы следующие типы социально-психологического тренинга: мотивационный тренинг и рефлексивный социально-психологический тренинг. Названия типов социально-психологических тренингов мы сформировали самостоятельно, исходя из задач диссертационного исследования. Типы тренинга предполагают разные программы, лежащие в их основе. Два варианта программы тренинга использованы в связи с необходимостью учесть и реализовать с одинаковой эффективностью организационные запросы на обучение (от руководителей компании) и индивидуальные запросы сотрудников на обучение.

Г.Т. Базарова обращает внимание на объективные сложности реализации организационных запросов в расхождении реальной и требуемой от руководителей организации результативности сотрудников. На подобное расхождение влияет несколько факторов: факторы среды, мотивации и квалификации.

Факторы среды, влияющие на эффективность менеджеров, представляют собой специфику организационной структуры компании: общая структура компании, особенности рыночной политики компании, условия труда, качество оборудования, которым пользуются сотрудники, и прочее. Факторы мотивации, влияющие на эффективность корпоративного обучения, представляют собой систему материального и нематериального поощрения и наказания персонала, мотивационную политику компании в целом. К факторам квалификации относят изначальный уровень компетенций персонала, наличие культуры повышения квалификации в компании [11]. Для того чтобы преодолеть расхождения относительно ожидаемых результатов со стороны руководителей компании и факторов, влияющих на их наличие, ведущий корпоративного обучения может использовать тренинговые и нетренинговые инструменты. Нетренинговые инструменты направлены на изменение факторов среды, мотивации и компетенции, когда ведущий предлагает систему организационных изменений компании, как то: адаптация бизнес-процессов к текущим реалиям рынка, корректировка системы мотивации, обновление оборудования и прочее. К тренинговым инструментам, которые, в том числе, повышают влияние нетренинговых инструментов на качество проведенного обучения, относится посттренинговое сопровождение сотрудника в его профессиональной деятельности.

Поскольку целью социально-психологического тренинга является реализация предметных важнейших задач конкретного бизнеса, предприятия или его отдела, то важно обратить внимание на содержание тренинга – оно опосредовано особенностями бизнес-среды, в которой организация находится на текущий момент. На реализацию цели социально-психологического тренинга влияют организационные запросы и индивидуальные запросы участников тренинга. Выделенные материальные и временные ресурсы также влияют на достижение цели, поставленной перед ведущим тренинга: реализация цели социально-психологического тренинга, в

зависимости от организационных и индивидуальных запросов, ресурсов, выделенных на его проведение, возможна при наличии адаптированной к перечисленным ранее условиям программы тренинга. Чаще всего ведущие тренинга опираются в составлении программы на прототипный вариант обучения. Стандартная программа тренинга в основе своей имеет определенную модель, для реализации которой используются разнообразные инструменты тренинга [13]. В экспериментальном воздействии, которое реализовано в рамках текущего диссертационного исследования, в качестве прототипной программы обучения выступил мотивационный тренинг, программу которого предложила Е.В. Сидоренко.

В противовес использованию прототипной программы обучения персонала, в основе которой лежит определенная психологическая модель, используется проактивный подход к созданию программы тренинга. Специфика использования проактивного подхода к обучению заключается в том, что ведущий корпоративного обучения – специалист по обучению или сам ведущий тренинга привлекается к анализу организационной ситуации – этапа развития организации, ее миссии, стратегических и практических целей и проблем, с которыми сталкивается организация на конкретном этапе своего развития. После этого корректируются индивидуальные и организационные запросы на социально-психологический тренинг [10].

Обратимся к описанию основных постулатов системной мыследеятельностной методологии Г.П. Щедровицкого. В качестве ее основного положения Г.П. Щедровицкий определяет рефлексия, способность к самосознанию в качестве базового личностного ресурса. При составлении программы рефлексивного социально-психологического тренинга мы опирались на основные понятия методологии.

Образ «Я», который в процессе рефлексии осознается и понимается, называется «Я в рефлексии». Этот образ существует в некоем «хронотопе рефлексии» – отрезке времени, в процессе которого личность осознает себя. По мнению Г.П. Щедровицкого, это пространственно-временной континуум,

относительно содержания которого реализуется рефлексивный процесс. Осознавая ситуацию, личность формирует рефлекслируемую реальность, то есть то, что личность осознает, и то, что находится вне возможности ее рефлексии. Определяя варианты рефлекслируемой реальности, исследователи обращают внимание на виды рефлексии в рефлекслируемой реальности. В частности, И.Н. Семенов выделяет интеллектуальную, коммуникативную, личностную и кооперативную рефлексию.

Находясь в рефлекслируемой реальности, личность определяет смысловое образование относительно хронотопа рефлексии. То есть человек, осознавая и понимая некое событие, формирует к нему отношение, наделяет его личным смыслом. С помощью рефлексивной позиции личность может создавать целостное представление о рефлекслируемой реальности, организуя рефлекслируемые отношения относительно цели осознания и понимания какой-то конкретной ситуации. Процесс целостного взгляда на рефлекслируемую реальность создается с помощью процесса рефлекслируемого построения, то есть создания субъективной модели реальности, и рефлекслируемого отношения, когда формируются взаимосвязи между рефлекслируемыми построениями. С помощью рефлекслируемого отношения личность может преобразовывать, трансформировать рефлекслируемую реальность, создавая новое субъективное представление о ней. Результатом рефлексии выступает рефлексливное построение, наделенное смыслом в процессе реализации рефлексливых отношений между элементами рефлекслируемой реальности, относительно рефлекслируемой позиции.

Выделяется несколько этапов рефлексливого процесса, последовательно реализуемых. Первоначально создается ситуация, относительно которой выстраивается хронотоп рефлексии. Для появления состояния «Я в рефлексии» необходимо некоторое время. Далее формируются рефлексливые позиции, между которыми создается рефлексливное построение. Только после этого личность может сформировать

рефлексивное отношение относительно рефлексивного построения, и получается результат рефлексии. Результат рефлексии преобразуется в новую внутреннюю и внешнюю реальность. Для реализации рефлексивного процесса разрабатывается практика, получившая название рефлексивной практики или рефлепрактики. Это определенным образом организуемое взаимодействие между людьми, направленное на актуализацию и создание рефлексивного процесса. Этот механизм, по мнению Г.П. Щедровицкого, позволяет в дальнейшем эффективнее и легче реализовывать возникающие жизненные задачи. Реорганизация рефлексивной реальности позволяет не только по-другому реагировать на внешние ситуации, но и разрешать внутриличностные конфликты. Позднее рефлексивная практика преобразована в рефлексивный тренинг [143]. Далее вариантом рефлексивного тренинга выступили организационно-деятельностные игры, фиксирующие участников на решении сложной проблемы.

Проактивный подход в обучении был использован В.Ю. Хотинец в контексте профессионального обучения молодежи с целью формирования этнического самосознания. Программа обучения, сформированная согласно общим смыслам приобщения личности к культуре, для ее освоения и погружения в культуру своего народа, показала на практике свою эффективность в присвоении собственной этнической идентичности через интеграцию полученных в ходе обучения знаний [133].

Реализация проактивного подхода к обучению возможна при понимании тренером системы функционирования организации в целом. Социальный психолог в организации или корпоративный тренер должен понимать стратегию развития компании, основные проблемы во всех подразделениях, потребности в обучении, в зависимости от запроса руководства или сотрудников компании. Кроме того, тренер точно должен уметь определять цели и задачи тренинга в соответствии с ожидаемыми результатами, уметь использовать различные методы при проведении тренинга и оценивать эффективность проведенного обучения.

Основами для реализации стандартного (прототипного) и проактивного подхода к формированию программы типов социально-психологического тренинга, ввиду необходимости одновременной реализации двух вариантов социально-психологических запросов (от руководителей и менеджеров), выступают ресурсный подход и системная мыследеятельностная методология, которые позволяют создавать условия для актуализации психологических ресурсов участников в процессе обучения.

Подводя итоги параграфа, можно сказать, что корпоративное обучение сотрудников является важным фактором жизнеспособности организаций в условиях неопределенности. Выделяются разные варианты корпоративного обучения. В силу специфики деятельности организаций, в которых реализуется экспериментальное воздействие, мы обращаемся к социально-психологическому тренингу. Мотивационный социально-психологический тренинг в качестве прототипного типа тренинга базируется в нашей работе на принципах ресурсного подхода к развитию личности, когда фокус внимания личности с условий внешней среды переводится на внутренние динамики сотрудников. В качестве второго типа социально-психологического тренинга нами используется рефлексивный социально-психологический тренинг. В формировании программы тренинга мы опираемся на проактивный подход и создаем программу тренинга, используя базовые принципы мыследеятельностной методологии Г.П. Щедровицкого. В этом отношении прототипная программа обучения мотивационного тренинга отличается от рефлексивного социально-психологического тренинга особенностями рефлексии Я. В первом случае создается только перенос фокуса внимания, а во втором – менеджеры получают возможность реорганизовать социальное пространство.

Подводя итоги, резюмируем: современный взгляд на корпоративное обучение в организации связан с термином «обучающаяся организация», понимаемым как *self-directed education*, при котором сотрудники организации берут на себя инициативу относительно самостоятельного и непрерывного

развития собственного «Я». Говоря о непрерывном образовании, исследователи выделяют форму спонтанного обучения. Спонтанное поведение – это результат психологической зрелости личности, что относится к понятиям свободы личности и его интеллектуальной и познавательной активности. Для реализации спонтанного поведения служит социально-психологический тренинг. Это получение новых навыков и умений сотрудниками одной компании с целью повышения эффективности работы каждого сотрудника в отдельности и всей компании в целом (Т.Ю. Базаров, Г.Т. Базарова, А.Ю. Поддьяков). Особенности рефлексии как эффект тренинга от программы, сформированной на основе теоретической модели и по индивидуальным запросам участников тренинга, могут различаться. Социально-психологический тренинг актуализирует психологические ресурсы, связанные со средой, мотивацией, и коммуникативные ресурсы (Г.Т. Базарова).

Обратимся к теоретическому обзору психологических ресурсов, в том числе и относительно социальной идентичности.

1.3. Психологические ресурсы эффективности менеджеров

В нашем исследовании психологический ресурс рассматривается вслед за исследователями ресурсного подхода как системное качество, формируемое индивидуальными особенностями личности в процессе деятельности, определенное наличием мотива и цели.

Ресурсный подход в формировании эффективности и успешности персонала направлен на реализацию возможностей сотрудников с опорой на их индивидуально-личностный потенциал. В основе ресурсного подхода, предложенного Д. Канеманом, лежит идея о том, что для решения любой задачи осознанно необходим ресурс [66]. В отечественной психологии в большей степени исследуется область когнитивных ресурсов, доступных для личности. По мнению В.Н. Дружинина, когнитивные ресурсы

определяются через разнообразное количество элементов, используемых личностью в процессе обработки информации. Это мощность множественности взаимосвязанных элементов, определяющих уровень сложности картины мира личности относительно решения стоящих перед ней задач. Активация количества когнитивных ресурсов определяет результативность решения задачи [51]. Синонимом термина когнитивных элементов, предложенного В.Н. Дружининым, выступает феномен интеллектуального потенциала Д. Ушакова и интеллектуального ресурса М. Холодной [52].

Психологический ресурс – это психологическое свойство, которое устойчиво связывается в опыте человека со значимым позитивным эффектом, обеспечением существенного преимущества, и которое может использоваться для увеличения эффективности жизнедеятельности (В.А. Толочек) [126, 127].

Психологическая характеристика субъекта как психологическое качество, определяющее его индивидуальность и влияющее на его мышление, эмоции и особенности социального взаимодействия, становится ресурсом, когда на системном уровне в процессе деятельности определяется мотивом и целью (Д.А. Леонтьев), желанием получить нечто большее. В зависимости от выраженности ресурсов, задачи, решаемые субъектом, могут быть реализованы легче или труднее (то есть ресурсы определяют эффективность субъекта, реализующего ту или иную деятельность) [79].

На особенности реализации программы социально-психологического тренинга влияют такие факторы, как особенности среды, коммуникации и мотивации (Г.Т. Базарова). В диссертационном исследовании мы обращаемся к изучению таких психологических ресурсов, как уровень переживания стресса и уровень жизнестойкости, уровень потребности в достижении и безопасности, эго-состояния личности.

1.3.1. Теоретические и эмпирические исследования психологических ресурсов жизнестойкости и переживания стресса

Особенности среды, в которой осуществляют свою деятельность менеджеры, связаны с особенностью современного мира. А.Г. Асмолов называет настоящее время периодом социальных трансформаций, характеризующимся неопределенностью, изменчивостью и непредсказуемостью. Необходимость выдерживать напряжение современного мира определяется повышением тревоги перед будущим и называется «синдромом современника» [7].

В настоящее время в области социальной психологии особое внимание уделяется ресурсному подходу, суть которого заключается, в том числе, в исследовании механизмов устойчивости к изменениям, способствующих процессу готовности к реализации возможностей. Изначально исследованию готовности к деятельности посвятили свои труды представители деятельностного подхода. Так, Б.Г. Ананьев готовность определяет как условие для эффективной (успешной) деятельности. Тогда готовность к реализации возможностей исследуется как готовность к реализации профессиональных ресурсов, способствующих успешной деятельности. Одним из условий успешной деятельности выступает скорость адаптации к меняющимся условиям, а среди психологических ресурсов устойчивости к изменениям, определяющих скорость адаптации к меняющимся условиям, выделяют уровень жизнестойкости (С. Мадди, Д.А. Леонтьев, F.A. Cowdrey, S.L. Walters) и уровень переживания стресса (Н.Е. Водопьянова, А.Г. Маклакова). Теоретическим и эмпирическим исследованиям уровня жизнестойкости и переживания стресса как психологических ресурсов в контексте изучения социальной идентичности посвящен представленный параграф.

Необходимость выдерживать напряжение современного мира определяется повышением тревоги перед будущим [7], что направляет наше

внимание к изучению феноменологии стресса и способностей субъекта к совладанию с ним. Традиционно феномен стресса в концепции генерализованного адаптивного синдрома Г. Селье определяется как негативные эмоциональные переживания, состояния дезадаптации, актуализирующие необходимость формирования защитных реакций [27]. Жизненные ситуации ставят личность перед необходимостью переживания стресса, но отличаются степенью выраженности влияния на субъект. Ф.Е. Василюк выделяет четыре типа ситуаций, различающихся по степени выраженности влияния на субъект: стресс, фрустрация, конфликт, кризис, а также связанные с ними четыре типа процессов их переживания: гедонистический, реалистический, ценностный, творческий. В исследовании переживания стресса выделяются приемы совладания с ним: терпение, изменение фокуса внимания к происходящему и мужество совладания с ситуацией [23].

Особенности психологических характеристик личности формируют адаптивные и преадаптивные стратегии деятельности субъекта. Высокая степень эффективности реализации адаптивных и преадаптивных стратегий адаптации субъекта становится психологическим ресурсом совладания с неопределенными и сложными ситуациями современного мира.

Р.М. Шамионов, Н.Е. Водопьянова, Л.Г. Дикая, А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко, Н.В. Тарабрина, Н.Е. Харламенкова, В.А. Бодров, Т.Л. Крюкова, А.В. Мальцев, М.Е. Пермякова, Е.В. Чернышова рассматривают ситуации изменений и неопределенности относительно психологических ресурсов адаптации личности [25, 18, 48, 51, 31, 125, 136, 139] и выделяют психологические ресурсы стрессоустойчивости, саморегуляции и совладающего поведения [73, 74].

Феномен саморегуляции как адаптивный ресурс личности исследуют как «функциональный потенциал», обеспечивающий уровень реализации и регуляции активности человека в течение определенного периода [18, 56]. В качестве основных элементов саморегуляции личности выступают

мотивационно-побуждающие компоненты, компоненты рефлексивно-чувственной сферы, планирования, самоподдержки, компоненты реализации и преодоления, достижений и коррекции действий [28].

В исследованиях совладающего поведения личности выделяют такие особенности, как осознанность, целенаправленность, контролируемость, адекватность ситуации, своевременность, регуляция уровня стресса [73]. Эмпирически доказано, что совладающее поведение препятствует эмоциональному выгоранию и связано с активностью конструктивных когнитивно-фокусированных копинг-стратегий (поддерживающее поведение или способности личности запрашивать поддержку, высокий уровень контроля, формирование стратегии, направленной на поиск решения проблемы, позитивное представление о себе и принятие ответственности за принятые решения) [73].

Р.М. Шамионов исследует адаптационную готовность личности в процессе социализации личности. Адаптационная готовность способствует устойчивости к изменению межличностных отношений в разных условиях и является ресурсом для выстраивания стратегии контактов с учетом расположенности участников взаимодействия к ним. В качестве ресурсов адаптационной готовности выделяются опыт и возможность его использования, гибкость в реакциях на изменения и использование эффективных паттернов взаимодействия [139, 140].

М.В. Григорьева отмечает, что в качестве основной функции использования ресурсов готовности личности к адаптации в сложившихся условиях выступает ориентация на успешную реализацию деятельности в будущем и интеграция прошлого опыта, способствующая формированию позитивного представления о себе [34].

В.В. Гриценко и его коллеги проводили исследования взаимосвязи стрессоустойчивости с выраженностью ценностно-смысловых ресурсов личности в ситуации пандемии. Эмпирически доказано, что ценностно-

смысловые ресурсы снижают уровень неопределенности и позволяют совладать с негативными состояниями угрозы жизни, здоровью [38].

А.Г. Абдуллин исследует психологическую стрессоустойчивость вследствие влияния воздействия техногенных катастроф, выделяя различные социально-психологические типы поведения (индифферентный, мобилизующийся, депрессивный, чрезмерно активный, циклично-активный, тревожно-панический, негативно-надломленный, осторожно-оптимистический) [1, 2].

Другой вектор изучения психологических ресурсов определяется деятельностью личности в ситуациях трансформации, определяющихся нестабильностью, разнообразием и сложностью (А.Г. Асмолов, И.Р. Пригожин, В.А. Петровский, М. Чиксентмихайи, Д.А. Леонтьев, Т.В. Корнилова, М.С. Гусельцева).

По мнению А.Г. Асмолова, ситуации, связанные с трансформацией окружающего пространства, реализуются в соответствии с принципами развивающихся систем. Принципы развивающихся систем включают в себя одновременную реализацию стремления к морфогенезу и филогенезу как стремление к изменению и сохранению целостности системы. В подобных условиях становится трудной задача выдерживать баланс между двумя выделенными противоборствующими тенденциями. В качестве примера можно привести противоборство элементов систем, несущих родовые программы, и элементов, определяющих индивидуальную изменчивость. Поэтому исследователи в контексте социальной психологии обращаются к изучению элементов, несущих индивидуальную изменчивость, в том числе, обращаются к изучению уровня переживания стресса как преадаптивной стратегии поведения, надситуативной активности, поисковой активности, смыслопорождения, творчества (Д.А. Леонтьев, Т.В. Корнилова, А.Г. Асмолов, В.А. Петровский, М.С. Гусельцева, В.Г. Грязева-Добшинская) [7].

Переживание стресса как ресурс самоорганизации предлагает И. Пригожин. По его мнению, к критическим ситуациям относятся флуктуации (отклонения от предсказываемого хода событий), возникающие в процессе развития. В момент появления флуктуации ограничены предвидимыми пределами, но по мере увеличения их количества появляется бифуркация (точка, где накапливаются флуктуации, и процесс движения может поменять свою траекторию). По мнению И. Пригожина, в точках бифуркации классические закономерности перестают действовать, и процесс развития оборачивается на новую траекторию, при этом эффективной стратегией переживания стресса для личности является самоорганизация [112].

М. Чиксентмихайи в концепции эволюционного развития возможностей обращается к механизмам наращивания сложности как способу совладания с переживанием стресса в качестве уникальных условий переживания потока в процессе решения сложных задач [137].

Уровень переживания стресса отрицательно коррелирует с уровнем жизнестойкости. С. Мадди описывает психологическую готовность к действию и риску в качестве ведущего фактора устойчивости к стрессовым ситуациям и определяет ее как жизнестойкость. Эмпирически доказано, что жизнестойкость коррелирует с толерантностью к неопределенности [80, 85].

В качестве стратегии поведения в сложных и неопределенных ситуациях выделяют «готовность к событию» (А. Бадью) как готовность действовать в ситуации неопределенности и готовность реализовывать возможности. По мнению исследователей, жизнестойкость выступает ресурсом, который определяет изменения, с помощью которого личность может позитивно относиться к изменениям, выбирать и выдерживать ситуацию неопределенности и осуществлять активность в этой среде [71, 80, 82].

С. Мадди, автор концепции жизнестойкости, определяет этот феномен как готовность к реализации рискованных действий в ситуации

неопределенности, когда результат сложно прогнозировать. С его точки зрения, каждый человек в определённый момент своей жизни сталкивается с выбором стабильности или изменений в жизни, и выбор изменений всегда несет в себе неизвестность, что и определяет необходимость рисковать. Эмпирически доказана корреляция жизнестойкости с толерантностью к неопределенности [85].

А.С. Мальцева, В.А. Глухова исследуют жизнестойкость в деятельности специалистов экстремальных сфер деятельности, выделяя ее в качестве необходимого фактора формирования стрессоустойчивости [89].

Н.В. Маркина рассматривает жизнестойкость как экзистенциально-психологический ресурс педагогов в работе с одаренными детьми. В исследовании выявлены факторы, получившие название «экзистенциальный выбор нового профессионального опыта» и «отстраненность от внешне заданных ритмов и установок», включающие положительную корреляцию жизнестойкости, рефлексивности с типом эго-структуры личности [91].

Исследователи в области инноваций активно изучают феномен жизнестойкости и ее компоненты как ресурсы инновационной активности. Вовлеченность, контроль, принятие риска (компоненты жизнестойкости) позволяют трансформировать проблемные ситуации в новые для компании возможности. Вовлеченность в деятельность определяется наличием интереса к ней и погруженностью в процесс деятельности. Контроль – это убежденность человека в том, что борьба определяет результат эффективности собственных стратегий в деятельности. Принятие риска – уверенность, что все происходящее с личностью дает ей опыт, как положительный, так и отрицательный. Эмпирически доказано, что компоненты жизнестойкости стимулируют личность к использованию копинг-стратегий, ориентированных на решение проблем, поиск поддержки, способствующих переоценке событий. Кроме того, наблюдается взаимосвязь жизнестойкости, ее компонентов и стрессоустойчивости личности [71, 80, 82].

В настоящее время, изучая проблематику жизни и деятельности личности в ситуации неопределенности, отечественные исследователи обращаются к психологии риска, контроля и вовлеченности в деятельность.

Интересным является исследование принципа неопределенности в психологии выбора, предложенное Т.В. Корниловой. В ситуации неопределенности личности необходимо увидеть все варианты плато возможностей, поскольку способность рисковать связана с опасностью проигрыша или выигрышем. Автором выделяется категория обдуманного риска, то есть готовность личности осуществлять выбор, и познавательного риска как интеллектуальной сверки на вероятностные особенности ситуаций.

Также Т.В. Корнилова, опираясь на идеи Н. Талеба, обращается к особенностям динамического контроля над неопределенностью. С позиции исследователей теорий, связанных с саморегуляцией, контроль над неопределенностью включает в себя постановку целей, самомотивацию, оценочные процессы и самооэффективность [71].

По мнению Н.В. Калининой и Т.В. Володиной, целенаправленное обучение конструктивным стратегиям поведения является инструментом развития жизнестойкости как ресурса преодоления негативных профессионально-личностных изменений педагогов. Развитие жизнестойкости, по мнению исследователей, возможно с помощью организации рефлексивного анализа изменений, осмысления целей и факторов удовлетворения профессией [61]. И.И. Нагирнер и Г.И. Железновская, исследуя стрессоустойчивость личности студента, обращаются к технологии обучения, включающей в себя целевой, содержательный, инструментальный, диагностический и результативный компоненты. Вооружение студентов знаниями в ходе обучающего процесса, по мнению исследователей, влияет на положительную динамику снижения последствий стресса, отражающихся на физическом и психическом здоровье студентов [99].

Таким образом, анализ современного вектора в исследовании психологических ресурсов адаптации показал, что жизнестойкость и переживание стресса являются психологическими ресурсами, помогающими совладать с вызовами современного мира и определяющими устойчивость личности к изменениям. В нашем исследовании жизнестойкость определяется как психологический ресурс, высокий уровень выраженности которого позволяет изменить восприятие стрессовых обстоятельств и справиться со всеми жизненными событиями (А. Cowdrey, S.L. Walters). Переживание стресса – психологический ресурс, низкий и средний уровни выраженности которого способствуют сохранению эффективности деятельности и снижению уровня тревоги в процессе его реализации (Н.Е. Водопьянова). В связи с социальной идентичностью исследуемые нами психологические ресурсы изучаются в разных областях теории и практики социальной психологии.

В исследованиях психологии здоровья подчеркивается актуальность влияния ситуационных факторов на социальную идентичность. Эмпирически доказано, что создание условий для поддержания положительной модальности социальной идентичности важно для благополучия личности и способствует сохранению ее здоровья [177, 207]. Авторами предложен ряд рекомендаций по созданию социального контекста, реализующего возможность выражения социальной идентичности.

Внимание исследователей привлекает область эффективной деятельности менеджеров, переживающих низкий уровень тревоги, способных формировать положительную атмосферу в компании, с социальной идентичностью [185, 200, 219]. Существуют эмпирические исследования, показывающие корреляцию объема работы, выполняемой сотрудником сверх должностной инструкции, и социальной идентичности. Сотрудники, чья социальная идентичность отражает факт принадлежности к компании, склонны к проявлению сотрудничества в коллективе. Стремление к сотрудничеству и альтруизм являются основной характеристикой,

отражающей принадлежность к организации. Эмпирически доказано, что совместное решение задач и позитивная атмосфера в команде способствуют формированию социальной идентичности [155]. Также доказано, что решение общегрупповых задач сотрудниками организации и создание положительной атмосферы являются факторами выражения социальной идентичности и эффективного функционирования организации в целом [178, 179].

Исследуя социальную идентичность в ситуации организационных изменений, выделяют типы социальной идентичности. Эмпирические исследования С. Кларка показывают, что ресурсом в ситуации неопределенности и изменений, позволяющих сохранять эффективность деятельности, является временная социальная идентичность сотрудников организаций [210].

Социальная идентичность в ситуации трансформации организации является ресурсом, влияющим на снижение уровня переживания стресса и напряжения, связанного с изменениями в компании. Менеджеры с выпуклой социальной идентичностью, отражающей факт принадлежности сотрудника к компании, могут соотносить организационные и личные цели, что позволяет им с вовлеченностью реализовывать поставленные задачи, сохраняя устойчивость поведения касательно изменений [181]. Достаточно большое количество исследований подтверждает наличие отрицательной взаимосвязи между общей социальной идентичностью сотрудников организаций и уровнем переживания стресса [181] и позитивной взаимосвязи с удовлетворением от рабочей деятельности [226]. Эмпирически доказана корреляция между социальной идентичностью, уровнем переживания стресса и личной эффективностью сотрудника [182]. Социальная идентичность, отражающая принадлежность сотрудника к организации, влияет на позитивное разрешение межгрупповых конфликтов. В ситуации организационных изменений сотрудники с выпуклой социальной идентичностью сохраняют чувство коллективной эффективности и общего

вклада в результат деятельности организации, что снижает уровень переживания стресса и напряжение, связанное с изменчивыми условиями, в которых находится организация [182].

Наблюдается нарастающий интерес к исследованию феномена социальной идентичности во взаимосвязи с жизнестойкостью и компонентами жизнестойкости: вовлеченностью, контролем, принятием риска.

Эмпирически доказано, что групповая социальная идентичность влияет на повышение вовлеченности личности в рабочую деятельность, формируя готовность прилагать сверхусилия в интересах организации [210]. Дезидентификация сотрудника с социальной группой приводит к избеганию вовлеченности в работу. По данным исследования, сотрудники в такой ситуации формулировали разные причины своего поведения, например, прошлый негативный опыт или устойчивый и привычный стиль управления. Вовлеченный в деятельность компании сотрудник характеризуется готовностью сохранять членство в организации, готовностью прилагать сверхусилия для достижения желаемого результата компанией, принятием организационных целей, норм и правил [196].

Представители подхода социального конструктивизма рассматривают контроль как фактор социальной идентичности в ситуации общественных изменений. В условиях социальных трансформаций высокий уровень контроля над мыслями и чувствами способствует адаптации к этим трансформациям.

В процессуальной теории идентичности контроль выступает регулятором ее реализации в социальных группах, когда личность контролирует самооценку и соотносит ее с оценкой своего поведения со стороны социального окружения с целью соответствия прописанным в социальной идентичности стандартам [171].

Социальная идентичность коррелирует с вовлеченностью персонала в деятельность организации. Эмпирически доказано, что вовлеченность

определяется верой в саму организацию, способностью личности разделять ее цели и правила. Сотрудники, социальная идентичность которых определяется вовлеченностью в жизнь организации, принимают ее ценности в условиях непроницаемости групповых границ. Доказано, что дифференциация ценностей разных функциональных и отраслевых подразделений предполагает групповое своеобразие, необходимое для формирования выпуклой социальной идентичности, отражающей вовлеченность сотрудников в деятельность [84].

Таким образом, анализ теоретических и эмпирических исследований свидетельствует о наличии корреляции между социальной идентичностью, жизнестойкостью и переживанием стресса. Корреляция между социальной идентичностью и психологическими ресурсами: уровнем жизнестойкости и переживания стресса – исследуется, главным образом, в контексте организационных изменений. При этом наблюдается недостаточное количество исследований относительно этой взаимосвязи в условиях социально-психологического тренинга.

1.3.2. Теоретические и эмпирические исследования психологических ресурсов потребностей в достижении и безопасности, эго-состояний личности

Проблематика социальных изменений исследуется Д. Канеман, Р. Словик, А. Тверски, Т.В. Корниловой, М.А. Чумаковой, С.А. Корниловой, F. Von Ameln [66, 208, 242] в контексте принятия решений и выбора, с позиции экономической модели выбора в качестве психологических ресурсов принятия решений и выбора выделяют удовлетворенные потребности личности. Способности личности к эффективной межличностной коммуникации изучаются в мультисубъектной концепции персонологии «Я» В.А. Петровским в контексте исследования эго-состояний личности с опорой на модель транзактного анализа Э. Берна.

С позиции экономической модели выбора (М. Фармер, Д. Канеман, А. Тверски, Дж. Коулман) в качестве психологического ресурса принятия решений выступает удовлетворенная потребность личности [66]. Психологический ресурс выделен на основе модели А. Маслоу об удовлетворенных (тех, которых достаточно) и дефицитарных потребностях (тех, которых недостает).

По А. Маслоу, потребность является исходным звеном механизма мотивации и выражает нужду, необходимость для человека определенных благ, предметов и форм поведения [3, 116]. Потребности выстраиваются в иерархической последовательности, их удовлетворение необходимо для личности, начиная с базового уровня – уровня физиологических потребностей, завершая высшим уровнем – уровнем самореализации личности.

Исследования удовлетворенности потребностей менеджеров на производстве с опорой на модель А. Маслоу реализовал А.Г. Абдуллин в контексте изучения удовлетворенности потребностей работников «Магнитогорского Metallургического Комбината». Физиологические потребности – те, удовлетворение которых необходимо для существования личности. Применительно к рабочей деятельности это потребности в заработной плате, отпуске, перерывах в работе, благоприятных условиях труда. Потребность в безопасности понимается автором не только как физическая безопасность на сложном производстве, наличие социальных гарантий со стороны организации на случай непредвиденных обстоятельств, но и как ощущение стабильности нахождения на текущем рабочем месте. Потребности в принадлежности и любви выражаются в многолетней привычке работы в определенном коллективе, дружеских отношениях с коллегами. Потребности в признании включают в себя позитивный отклик на собственные достижения и результаты деятельности со стороны окружающих. А.Г. Абдуллин предлагает следующие мероприятия для удовлетворения данной группы потребностей сотрудников

производственного отделения: предлагать более содержательную работу, делегировать новые для подчиненных задачи и обеспечивать возможность повышения квалификации, отражающего современные рыночные условия деятельности специалистов [3].

Потребность в самоактуализации – это желание роста и реализации потенциальных возможностей [3]. Е.Ф. Яценко в системном подходе развития рассматривает самоактуализацию как интегральное образование, представляющее собой метасистему, которая регулирует механизм иерархии потребностей, особенности взаимодействия с объектами и людьми и является механизмом единства процессуального и результативного существования психических явлений. Метасистема самоактуализации высокого уровня представляет собой преадаптационную систему, обеспечивающую альтруистический тип личности в реализации самоактуализации. Метасистема самоактуализации низкого уровня, как «борьба за свои желания», обеспечивает эгоистический тип личности в реализации самоактуализации [216].

В.Н Скворцов и Е.А. Маклакова в своем исследовании удовлетворения потребностей в работе доказывают, что удовлетворенными и неудовлетворенными могут быть сразу несколько потребностей, а в качестве фактора их удовлетворения выступают условия, в которых оказалась личность [121].

В.Г. Грязева-Добшинская выделяет потребности в достижении и безопасности, положительно коррелирующие с типом личностного выбора и принятия решений. Выделение потребностей реализуется с опорой на модель мотивации Х. Хекхаузена. В исследованиях мотивации Х. Хекхаузенем доказано, что люди с преобладающим мотивом «надежда на успех» ориентированы на выполнение задач, оцениваемых как задачи средней степени трудности, избегая выполнения задач, субъективно оцениваемых как трудные. Люди, у которых в качестве ведущего выступает мотив «боязни неудач», наоборот, отдают свое предпочтение более сложным задачам либо

деятельности с субъективно низкой вероятностью успеха [40]. Выделенный в исследовании инновационного лидерства психологический ресурс уровня потребности в безопасности определяется В.Г. Грязевой-Добшинской как психологический ресурс стабилизирующей активности, направленной на сохранение, а уровень потребности в достижении – как ресурс поисковой активности, направленной на изменение. Уровень потребности в безопасности положительно коррелирует с реалистическим типом личностного выбора, интеллектуальным контролем и адаптивностью (реалистичность восприятия, психофизическая активность, тревожность). Уровень потребности в достижении положительно коррелирует с творческим типом личностного выбора, креативным мышлением (гибкость и оригинальность), активной неадаптивностью (интеллектуальная инициатива, эмоциональная реактивность, эмоциональная активность) [40].

Исследованию способности личности к эффективной межличностной коммуникации посвящены работы В.А. Петровского. Особенности коммуникации изучаются В.А. Петровским с помощью формулы рефлексивного выбора (В.А. Лефевр), выведенной относительно рефлексии эго-состояний личности («Взрослый», «Родитель», «Дитя») в разных коммуникативных контекстах в нейтральной, провокативной и положительной среде. Провокативная среда выступает как аналогия ситуаций неопределенности в деятельности и исследуется с позиции неадаптивных стратегий деятельности. Важнейшим ресурсом реализации неадаптивных стратегий поведения является рефлексия возможностей личности (как внутренних, так и внешних), позволяющая субъекту стремиться к реализации желаний с помощью воли, установок, притязаний. В провокативной среде в качестве ресурса состоятельности личности В.А. Петровский выделяет мотивацию действовать как возможность решения поставленной задачи и оптимизм [108].

В концепции транзактного анализа Э. Берн ввел описание эго-состояний личности «Родитель», «Взрослый», «Дитя» как совокупности

чувств, мыслей и реакций, находящих отражение в поведении личности. «Дитя» характеризуется импульсами и влечениями, он не может осознавать последствия своих действий; его поведение в большей степени определяется рефлексивностью; «Родитель» – носитель «совершенного» знания, это представление о том, как «должно быть», или образ идеальной, безошибочной реализации действий. Выделяются контролирующий и опекающий «Родитель». Деятельность первого обусловлена желанием власти и стремлением снижения уровня неопределенности. Второй ориентирован на заботу, поддержку других, когда потребности и нужды тех, о ком он заботится, имеют большее значение, чем собственные. Ценности опекающего и контролирующего «Родителя» неразрывно связаны с другими людьми, но если в первом случае он действует «во имя» других, принося в жертву свои нужды, то во втором – во главу угла ставятся собственные представления, даже если другие жертвуют своими интересами для него; «Взрослый» определяется целесообразностью и эффективностью; он обращает внимание на изменение и обладает достаточной адаптивной способностью, чтобы справляться с «вызовом», который бросают ему препятствия, новые задачи и процесс формирования новых способностей. «Взрослый» ориентирован на расширение возможностей жизни, действия, творчество для реализации основной цели жизненного пути – развития себя и другого, «обогащения сферы “могу” и “можешь”». Ценности, которые осваивает «Взрослый», являются инструментом, очередным этапом его жизни и новым источником опыта [108].

Таким образом, психологические ресурсы выбора и принятия решений определены уровнем потребностей личности в деятельности и особенностью коммуникаций, реализованных в различных типах среды. В нашем исследовании психологический ресурс уровня потребности в безопасности определяется как потребность, удовлетворенный уровень которой (Д. Канеман) является психологическим ресурсом стабилизирующей активности (В.Г. Грязева-Добшинская); психологический ресурс уровня

потребности в достижении определяется как потребность, удовлетворенный уровень которой (Д. Канеман) является психологическим ресурсом поисковой активности (В.Г. Грязева-Добшинская). Поскольку выборку исследования составляют менеджеры организаций, основной исследовательский интерес определяет эго-состояние «Взрослый», которое определяется как эго-состояние, в котором человек объективно воспринимает реальность с опорой на собственный опыт (Э. Берн), в условиях рефлексивного выбора ценностных ориентаций является психологическим ресурсом целесообразности и эффективности (В.А. Петровский). Обратимся к теоретическим и эмпирическим исследованиям взаимосвязи социальной идентичности и исследуемых нами психологических ресурсов.

А. Хаслам в исследовании лидерства и социальной идентичности сотрудников организации доказывает гипотезу о том, что потребности личности влияют на выпуклость социальной идентичности менеджеров. Автор выделяет три уровня социальной идентичности сотрудника организации: организационный, субгрупповой и персональный. По мнению А. Хаслама, каждому уровню социальной идентичности соответствуют механизмы социальной идентичности, связанные с потребностями личности, которые получили следующие названия: самоуважение, самоактуализация и кооперация.

Организационный уровень социальной идентичности усиливается с помощью самоуважения в результате наличия командных достижений. Самоактуализация на этом уровне социальной идентичности возможна в результате наличия общих для сотрудников организации целей, что сопровождается возрастающей кооперацией сотрудника с группой. Субгрупповой уровень социальной идентичности усиливается с помощью потребности в самоуважении с опорой на механизмы сравнения и позитивную оценку достижений ингруппы с аутгруппами. Самоактуализация сотрудников возможна в результате конкуренции и выигрыша своей группы в сравнении с аутгруппой. Персональный уровень социальной идентичности

определяет самоуважение сотрудников через призму оценки индивидуальных достижений в деятельности на фоне низкого уровня кооперации. Самоактуализация сотрудников реализуется также с помощью конкуренции [193].

B. Derks, C. Van Laar, N. Ellemers, анализируя структуру социальной идентичности, выделяют в качестве ключевых ее элементов когнитивный, аффективный и мотивационный компоненты. Когнитивный компонент представляет собой процесс осознания своей принадлежности к группе, аффективный компонент связан с эмоциональной модальностью принадлежности к группе, мотивационный компонент отражает потребности в принятии целей и ценностей группы [178].

Согласно результатам эмпирического исследования, аффективные компоненты социальной идентичности определяют состояние самоуважения, осмысленности и непрерывности. Усиление социальной идентичности, реализуемое через активацию потребности самоуважения, опосредованно влияет на эффективность членов подразделения в организации, а также формирует ощущение счастья и удовлетворенности [113].

По мнению представителей когнитивно-ориентировочного подхода, движущей силой конструирования социальной идентичности выступает потребность, связанная с особенностями контекста [180]. В теории социальной идентичности отражена идея о том, что для процессов социальной категоризации и позитивной самооценки необходимо наличие мотивационного источника. По данным эмпирических исследований в качестве основного источника мотивации выступает одновременная реализация достижения позитивных представлений о себе и снижения уровня неопределенности [243]. Выпуклость социальной идентичности формируется с помощью потребности в самоусилении социальной идентичности, выражающейся в желании получения обратной связи от других людей и присвоении положительных представлений о себе со стороны других;

потребность самопознания регулирует вектор исследования личности в получении знаний о себе и раскрытии новых сторон своей личности [159].

Данные эмпирических исследований демонстрируют, что выпуклость социальной идентичности формирует мотив принадлежности, который отражает взаимосвязь между участниками группы. Выделяют два вида мотива принадлежности: персонализированный, реализующийся в чувстве признания и любви со стороны других людей, и деперсонализированный, реализующийся в чувстве признания и принятия со стороны членов других групп.

Выделяются потребности оптимальной отличительности социальной идентичности как необходимости сбалансированного представления о себе, с различиями и схожестью личных особенностей, и потребность редукции субъективной неопределенности социальной идентичности, реализующейся в снижении уровня тревоги и избегании ситуаций избыточных изменений. Кл. Ван Тондер, В. Лессинг классифицируют потребности, усиливающие социальную идентичность, на внешние и внутренние [22].

Исследование структуры социальной идентичности, реализуемое Н.Л. Ивановой и Т. Мортон, показывает, что уровни социальной идентичности актуализируются определенной мотивацией, связанной с реализацией потребностей самозащиты, самоуважения и самореализации [56].

Потребность в формировании уникальной социальной идентичности выявили А.Ш. Тхостов и Е.И. Рассказова. Она связана с потребностью быть принятым в группе со всеми своими уникальными особенностями [128].

В.В Гриценко в исследовании этнической идентичности выделяет в качестве необходимого фактора формирования позитивной идентичности удовлетворенность потребностей в достижении (самоуважении) и самореализации. Наличие данного критерия позволяет интегрировать в личность выделенную идентичность, что является вариантом социально-психологической адаптации к новой среде [37].

В исследовании личностных ресурсов инновационного лидерства В.Г. Грязева-Добшинская, Ю.А. Дмитриева, С.Ю. Коробова, В.С. Глухова выявили барьеры социальной идентичности с собственной ролью руководителя, связанные с отстранением от выбранного управленческого стиля, в группе лидеров с оптимистической мотивацией и мотивацией страха. Барьеры инновационного лидерства у лидеров с мотивацией страха усиливаются мотивацией избегания неудачи. В качестве рекомендаций для руководителей предприятий авторы исследования обращают внимание на необходимость организационного обучения руководителей, реализованного в сочетании деловых игр с неформальными дискуссиями. В исследовании выявлено, что ни в одной группе руководителей с разной мотивацией руководители не выбирали роль «Криэйтора» в качестве элемента структуры социальной идентичности [43].

Актуальным становится вопрос противоречий и напряженности как источника формирования потребностей в усилении социальной идентичности. По мнению А.В. Сидоренкова, противоречия, формирующие чувство напряжения, побуждают человека активно переживать, думать, чувствовать и действовать. Они выступают как одно из актуальных условий, необходимых для развития мотивационных процессов, и как побудительная сила развития, в том числе и для процессов формирования социальной идентичности. Под термином противоречия понимается ситуация, в которой у личности отсутствует возможность удовлетворить потребность, которая у нее существует [118].

В исследовании этнической идентичности В.В. Гриценко с соавторами выявили, что этническая идентичность и коммуникативная компетентность коррелируют в ситуациях, субъективно воспринимаемых как угрожающие мировоззрению или ущемляющие права группы [37].

Согласно данным эмпирических исследований социальной идентичности в организации, эффективность ее работы связана с наличием общей для сотрудников идентичности, отражающей факт их принадлежности

к компании. А. Хаслам с коллегами проводил анализ взаимосвязи качества коммуникаций между сотрудниками компании и потребностями личности, усиливающей социальную идентичность. Выявлено, что потребность в координации и кооперации усиливает социальную идентичность, отражающую принадлежность к организации, что снижает количество коммуникативных барьеров и положительно сказывается на функционировании всей организации [198].

Особенности социальной идентичности, реализованные с помощью коммуникативных стратегий, связанных с эмоциональным и ценностным представлением о принадлежности личности к различным социальным группам, предложены в теории социальной идентичности [236–238]. Сформированное представление об особенностях социальной идентичности представлено в трех базовых положениях.

Первое положение представляет собой определение социальной категоризации. Этот механизм позволяет чувствовать принадлежность личности к группе, он позволяет систематизировать социальное окружение и определять место в социальной среде. В контексте социальной теории идентичности социальная категоризация определяется как когнитивный процесс, когда при помощи анализа и синтеза информации человек формирует более выпуклые различия по отношению к группам, к которым он не относится, и более лояльные – к группам, к которым он определяет свою принадлежность [155]. Определение самооценки личности выступает в качестве второго базового положения теории социальной идентичности. По мнению представителей этой теории, определение самооценки личности выступает в результате соотношения сильных и слабых сторон, индивидуальных достижений относительно обратной связи других членов группы, к которым индивид принадлежит. Высокая самооценка формирует желание личности сохранять принадлежность к группе и положительно ее выделять среди других групп.

Третье базовое положение теории социальной идентичности определяется ее выпуклостью, то есть тем, насколько личность может

выделять собственное представление о себе в сравнении с другими людьми. В контексте данного положения доказано, что участники склонны определять себя характеристиками группы, к которой они принадлежат. У членов одной группы в процессе формирования выпуклой социальной идентичности появляется возможность поддерживать друг друга, определяя групповую цель и деятельность, необходимую для ее достижения [22].

Таким образом, существует достаточно большое количество исследований, касающихся потребностей социальной идентичности, способствующих ее выпуклости для личности, и коммуникативных особенностей субъекта, обладающего социальной идентичностью в контексте принадлежности к рабочей группе. Тем не менее, взаимосвязь психологических ресурсов уровня потребности в достижении и безопасности и эго-состояний личности с социальной идентичностью в условиях социально-психологического тренинга исследована недостаточно.

В качестве итога параграфа, посвященного анализу психологических ресурсов, обоснованию выбранных для исследования психологических ресурсов, предположительно актуализируемых в условиях социально-психологического тренинга, выступает таблица 1. В таблице представлен понятийный аппарат, используемый в качестве определения психологических ресурсов и интерпретации результатов эмпирического исследования. Представленные определения, на наш взгляд, дополняют определения психологических ресурсов комплекса методик, используемых в исследовании.

Таблица 1

**Понятийный аппарат психологических ресурсов, используемый
в исследовании**

Термин	Определение
Психологический ресурс	психологическое свойство, которое устойчиво связывается в опыте человека со значимым позитивным эффектом, обеспечением существенного преимущества, и которое может использоваться для увеличения эффективности жизнедеятельности (В.А. Толочек)

Продолжение таблицы 1

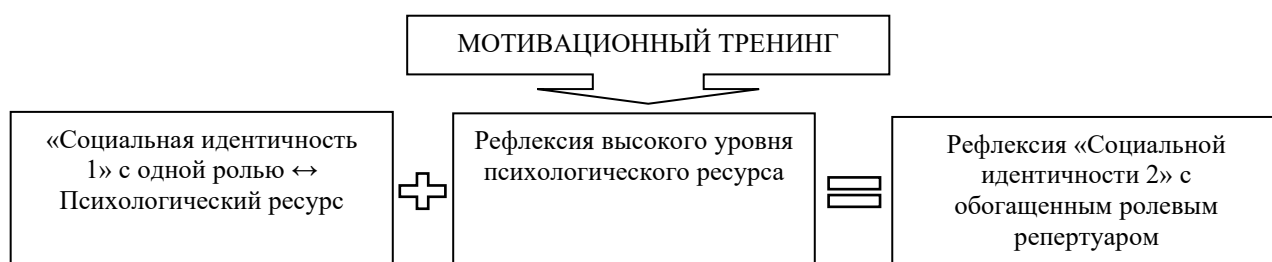
Термин	Определение
Потребность в безопасности	потребность, удовлетворенный уровень которой (Д. Канеман) является психологическим ресурсом стабилизирующей активности (В.Г. Грязева-Добшинская)
Потребность в достижении	потребность, удовлетворенный уровень которой (Д. Канеман) является психологическим ресурсом поисковой активности (В.Г. Грязева-Добшинская)
Эго-состояние «Взрослый» в условиях рефлексивного выбора ценностных ориентаций	эго-состояние, в котором человек объективно воспринимает реальность с опорой на собственный опыт (Э. Берн); в условиях рефлексивного выбора ценностных ориентаций является психологическим ресурсом целесообразности и эффективности (В.А. Петровский)
Жизнестойкость	психологический ресурс, высокий уровень выраженности которого позволяет изменить восприятие стрессовых обстоятельств и справиться со всеми жизненными событиями (A. Cowdrey, S.L. Walters)
Переживание стресса	психологический ресурс, низкие и средние уровни выраженности которого способствуют сохранению эффективности деятельности и снижению уровня тревоги в процессе его реализации

1.4. Авторская теоретико-эмпирическая модель психологических ресурсов, обеспечивающих конструирование социальной идентичности менеджеров

В соответствии с первой частной гипотезой о том, что «авторская теоретико-эмпирическая модель психологических ресурсов, обеспечивающих конструирование социальной идентичности менеджеров, включает в себя три варианта конструирования, сочетающих рефлексивность психологических ресурсов и структурную динамику социальной идентичности менеджеров в условиях разных типов социально-психологического тренинга и практической деятельности», в параграфе представлена модель, описывающая три варианта конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях разных типов социально-психологического тренинга (мотивационного и рефлексивного социально-психологического тренинга) и практической деятельности («тренинг жизни»).

В теоретико-эмпирической модели представлено описание конструирования социальной идентичности менеджеров как результат, отражающий активное участие субъекта в выборе того, какой он в группе. В основе трех вариантов лежит рефлексия структурной динамики социальной идентичности и психологических ресурсов менеджеров. Структурная динамика исследуется нами с позиции динамики взаимосвязей социальных и персональных ролей, наполняющих структуру социальной идентичности. В модели отражено, что разные варианты социально-психологического тренинга предложены для подгрупп менеджеров, обладающих разным уровнем психологических ресурсов.

Процесс № 1: «конструирование обогащенной социальной идентичности» у менеджеров с высоким уровнем психологических ресурсов; реализация запросов на обучение от руководителей компании



Процесс № 2: «конструирование актуальной контексту социальной идентичности» у менеджеров с дефицитом психологических ресурсов; реализация индивидуальных запросов менеджеров



Процесс № X: «вариант стихийного конструирования социальной идентичности» у менеджеров с разным уровнем психологических ресурсов

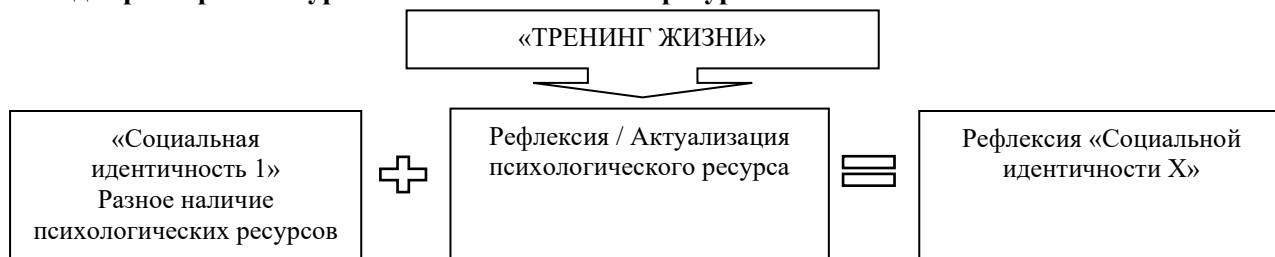


Рис. 1. Авторская теоретико-эмпирическая модель конструирования социальной идентичности менеджеров

Первый процесс: «конструирование обогащенной социальной идентичности», описывающий сочетание рефлексии высокого уровня психологических ресурсов и структурной динамики социальной идентичности, определяющий вариант конструирования в осознании менеджерами большего количества социальных и персональных ролей, с которыми они себя идентифицируют (в процессе мотивационного тренинга).

Второй процесс: «конструирование актуальной контексту социальной идентичности», описывающий сочетание рефлексии дефицитарно значимых психологических ресурсов и структурной динамики социальной идентичности, определяющий вариант конструирования в осознании актуальных, соответствующих контексту, социальных и персональных ролей (в процессе рефлексивного социально-психологического тренинга).

Третий процесс («тренинг жизни»): «вариант стихийного конструирования социальной идентичности», описывающий стихийную структурную динамику социальной идентичности в процессе практической деятельности в сочетании с неконтролируемыми факторами влияния.

Представленная теоретическая модель описывает варианты линейного пути конструирования социальной идентичности менеджерами в условиях разных типов социально-психологического тренинга, отражая множественный и динамический характер исследуемого нами феномена.

ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КОНСТРУИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ

2.1. Дизайн исследования и описание выборки исследования

Эмпирическое исследование реализовывалось нами в несколько этапов.

На первом этапе диссертационного исследования изучалась специфика социальной идентичности 200 менеджеров в сфере образования (80 человек) и управления (120 человек). Все менеджеры осуществляли управленческую деятельность в крупных компаниях. Управленческая деятельность менеджеров в сфере управления наблюдалась в момент эмпирического исследования, наблюдать деятельность менеджеров в сфере образования не представилось возможным ввиду их нахождения в ситуации повышения квалификации.

Для реализации этапа все менеджеры были разделены на подгруппы, которые включали в себя менеджеров, у которых наблюдается разный уровень выраженности психологических ресурсов жизнестойкости и переживания стресса, и менеджеров, у которых наблюдается разный уровень потребностей в достижении и безопасности.

На рисунке 2 представлена схема деления менеджеров по уровню выраженности психологических ресурсов (жизнестойкости и уровня переживания стресса).

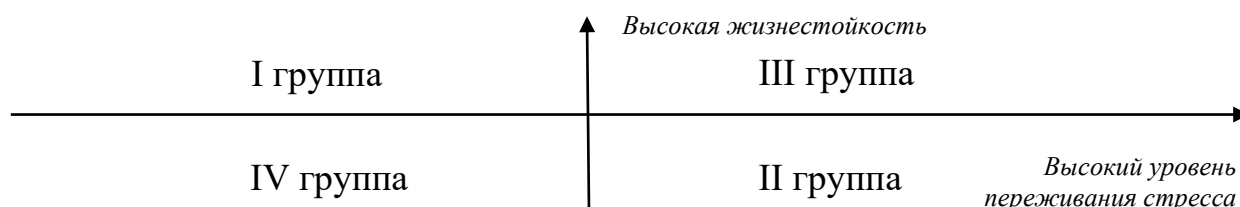


Рис. 2. Выделенные группы менеджеров с разным уровнем психологических ресурсов (жизнестойкости и уровня переживания стресса)

На рисунке 3 представлена схема деления менеджеров по уровню выраженности потребностей в достижении и безопасности.

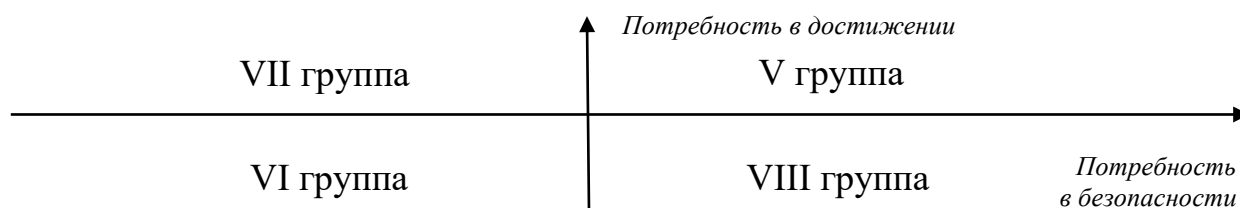


Рис. 3. Выделенные группы менеджеров с разным уровнем психологических ресурсов (потребности в достижении и безопасности)

На втором этапе исследования изучалось конструирование социальной идентичности в условиях двух типов социально-психологического тренинга и практической деятельности менеджеров. В данном исследовании принимали участие только менеджеры в сфере управления, разделенные на три подгруппы по критерию выполнения количественных показателей компании (индивидуальные результаты и командное выполнение КРП подчиненными) и уровню психологических ресурсов. Описание особенностей выделенных подгрупп:

- первая подгруппа – менеджеры, принимавшие участие в мотивационном тренинге для реализации запроса организации, эффективные менеджеры-«управленцы», взаимодействующие с генеральными директорами и решающие стратегически важные организационные вопросы;
- вторая подгруппа – менеджеры, принимавшие участие в рефлексивном социально-психологическом тренинге для реализации индивидуальных запросов, менеджеры с пониженной эффективностью, не выполняющие плановые показатели и находящиеся в зоне риска увольнения. Менеджеры этой группы принимали участие в системе адаптации, предложенной компанией, но, вероятно, представленных мероприятий было недостаточно для повышения их показателей;
- третья подгруппа не участвовала в обучении по причине отсутствия индивидуальных запросов на обучение или запроса со стороны организации. Это «эффективные заместители руководителя», реализующие практическую

деятельность с выполнением индивидуальных плановых показателей без участия в обучении по причине отсутствия запросов на таковое.

Выделенные подгруппы разделены по критерию выполнения количественных показателей компании (индивидуальные результаты и командное выполнение КРІ подчиненными) и уровню психологических ресурсов. Схема разделения на подгруппы представлена в таблице 2.

Таблица 2

Описание групп менеджеров, участвовавших в обучении и практической деятельности

Описание подгруппы	Влияние
Эффективные менеджеры-«управленцы» (29 человек), взаимодействуют с ТОПами, решают стратегически важные вопросы, практика работы менеджеров в компании составляет три года и более. Менеджеры этой группы стабильно выполняют плановые показатели. У менеджеров выявлено наличие исследуемых психологических ресурсов	Мотивационный тренинг по теоретической модели Э. Деси
Менеджеры с пониженной эффективностью (20 человек), работающие в компании более года и до трех лет в разных ее отделах и на разных территориях. Менеджеры по различным причинам не выполняют плановые показатели. У менеджеров выявлен дефицит исследуемых психологических ресурсов	Рефлексивный социально-психологический тренинг (программа сформирована по индивидуальным результатам диагностики менеджеров)
Эффективные «заместители руководителя» (30 человек), выполняют индивидуальные плановые показатели, работают в компании от 3 месяцев до 10 лет, находятся в подчинении эффективных менеджеров-«управленцев». Выявлен разный уровень психологических ресурсов	Практическая деятельность

Программы социально-психологических тренингов подбирались для менеджеров с изначально разным уровнем психологических ресурсов. Мы не исследовали эффективность тренингов, наша задача заключалась в исследовании конструирования социальной идентичности в условиях разных типов тренинга и практической деятельности («тренинга жизни»).

Выбор программ тренингов связан с запросами на обучение со стороны руководителей и менеджеров. Описание программ тренингов представлено в Приложениях 1, 2.

2.2. Описание программ типов социально-психологического тренинга и особенностей практической деятельности менеджеров

Материал, представленный в параграфе, включает в себя краткое описание программ корпоративного обучения, используемых нами в ходе экспериментального воздействия, а также особенностей практической деятельности, осуществляемой менеджерами.

2.2.1. Мотивационный социально-психологический тренинг

Корпоративное обучение на основе прототипной программы тренинга, получившее название «мотивационный тренинг», проводилось для эффективных менеджеров-«управленцев».

Поскольку менеджеры этой подгруппы успешны в компании, уверены в себе и собственных силах, у них не было индивидуальных запросов на обучение. Но со стороны организации для них были сформированы организационные запросы на формирование ресурса к изменениям. На момент исследования компания, на базе которой проводилось исследование, находилась на этапе организационных изменений, связанных с перестройкой деятельности филиалов для сокращения расходов и оптимизации сотрудничества с контрагентами. Поскольку ввиду вышеперечисленных изменений в компании наблюдалось повышение уровня ротации персонала, руководство компании попросило обратить внимание эффективных менеджеров-«управленцев» на вопросы мотивации персонала и удержания наиболее перспективных сотрудников.

Мотивационный тренинг, сформированный по одноименному тренингу Е.В. Сидоренко, направлен на рефлексии особенности личной мотивации и мотивации подчиненных сотрудников [116]. Он принят в компании как базовый и используется для обучения руководителей разных уровней.

В качестве результата мотивационного тренинга выступают несколько аспектов. Во-первых, по итогам тренинга его участники формируют индивидуальную мотивацию к применению полученной информации непосредственно в рабочей деятельности. Во-вторых, тренинг формирует у участников представление о природе мотивации человека, когда естественные потребности личности должны получить реализацию в процессе выполняемой деятельности. Подобное представление помогает менеджерам взаимодействовать на практике с коллегами и подчиненными, с учетом полученных знаний о естественной реализации потребностей. Для создания условий выполнения этой задачи используются такие пресуппозиции, как парадоксальность, образность, баланс комфорта и дискомфорта, направленность на достижение результата [109]. Для реализации поставленных задач для ведущего тренинга встает необходимость в создании условий для участников тренинга, в котором они смогли бы самостоятельно научиться проявлению мотивационных сил, а в дальнейшем эффективному управлению ими.

Программа мотивационного тренинга сформирована на основе концепции внутренней мотивации, которая понимается как желание личности осуществлять деятельность, опираясь на внутренние стремления и смыслы [109]. Поскольку модель мотивационного тренинга опирается на использование внутренних мотивов в деятельности, задача ведущего тренинга – формировать фокус внимания участников на их собственных внутренних силах, влияющих на выполнение задач. Е.В. Сидоренко обращает внимание на то, что понимание менеджерами собственной мотивации в выполнении задачи на тренинге формирует способность к пониманию мотивационных сил в выполнении разнообразных задач другими людьми.

Описывая программу мотивационного тренинга, Е.В. Сидоренко обращается к двум процессам, формирующим, по ее мнению, термин *мотивация*, – это индивидуальная система мотивов и система действий, обслуживающих индивидуальную систему мотивов. Действия,

обслуживающие систему мотивов, в контексте мотивационного тренинга получают название мотивационный менеджмент. Оба процесса могут быть осознаваемыми и неосознаваемыми. Для осознания процесса мотивации Е.В. Сидоренко предлагает путь через ответ на два вопроса: к чему эти процессы побуждают и как они это делают. Ответы на поставленные вопросы определяют направленность личности, которая открывает тему удовлетворения ее базовых потребностей. Вопрос удовлетворения потребностей отражен в таких моделях, как «Пирамида потребностей А. Маслоу», мотивация на достижение успеха и мотивация избегания неудач (Х. Хекхаузен). Е.В. Сидоренко вводит в тренинге такое понятие, как мера удовлетворения потребности. Это степень актуализации потребности в деятельности, реализуемой личностью.

Описание программы мотивационного тренинга представлено в Приложении 1. Несмотря на рекомендации Е.В. Сидоренко о проведении обучения в течение трех рабочих дней, в компании тренинг был реализован в течение одного рабочего дня. Сокращение программы тренинга связано с приоритетной рекомендацией со стороны руководителей компании о необходимости присутствия эффективных менеджеров-«управленцев» на рабочем месте четыре дня в течение рабочей недели. Программа была сокращена тренером, с частичным использованием упражнений, приложенных в исходном варианте тренинга.

2.2.2. Рефлексивный социально-психологический тренинг

В рефлексивном социально-психологическом тренинге принимали участие менеджеры с пониженной эффективностью.

Менеджеры выделенной подгруппы отличались высокой мотивацией к обучению, поскольку не могли показать необходимую эффективность работы в компании относительно выполнения плановых показателей. В надежде изменить текущее положение, менеджеры сформировали индивидуальные

запросы на обучение, касающиеся прежде всего навыков коммуникации и рефлексии специфики своего общения в компании с руководством и подчиненными сотрудниками.

Для реализации индивидуальных особенностей менеджеров были использованы их индивидуальные результаты, полученные по итогам первой диагностики. Поэтому основными понятиями, использованными в тренинге, являлись исследуемые нами психологические ресурсы: уровень жизнестойкости и переживание стресса, уровень потребностей в достижении и безопасности, эго-состояния личности и социальная идентичность (социальные и персональные роли).

Рефлексивный социально-психологический тренинг сформирован с опорой на мыследеятельностную методологию Г.П. Щедровицкого [143].

С целью реализации индивидуальных запросов менеджеров и использования основных понятий методологии в программе тренинга делался акцент на том, чтобы менеджеры научились за собой наблюдать (критериями наблюдения выступали особенности реализации выделенных психологических ресурсов; социальные и персональные роли), осознавать специфику своего поведения и особенности его влияния на окружение, принимать необходимые для реализации личных целей и целей компании решения.

Все игры, используемые в тренинге, были взяты из программы мотивационного тренинга, но основной акцент в рефлексии делался на специфике коммуникации менеджеров друг с другом и реализации выделенных согласно методикам критериев.

Обратная связь по итогам игр строилась на базовых понятиях системной мыследеятельностной методологии: «Я – в рефлексии» – что я о себе в процессе игры наблюдал и осознавал; «Рефлексируемая реальность» – рефлексия ситуации и других людей – ответ на вопрос о том, что другие со мной делали и что я делал с ними, что именно так разворачивалась сама игра;

«Рефлексируемая позиция» – в процессе взаимодействия я ориентировался на себя, на другого или занимал позицию наблюдателя.

По итогам каждой игры подводились итоги в качестве «результата рефлексии»: тренер совместно с участниками схематично описывал выявленные варианты взаимодействия, проводились параллели игрового взаимодействия с реальной практической деятельностью в компании. Описание программы рефлексивного социально-психологического тренинга представлено в Приложении 2.

Сравнение программ типов социально-психологического тренинга представлено в таблице 3.

Таблица 3

Сравнение программ обучения

Критерий	Мотивационный тренинг	Рефлексивный социально-психологический тренинг
Теоретические обоснования	Теоретическая модель Э. Деси (по тренингу Е.В. Сидоренко)	Системная мыследеятельностная методология Г.П. Щедровицкого
Запрос участника	Определен темой тренинга	Определен индивидуальными результатами диагностики психологических ресурсов
Наполнение программы тренинга	Определено заданной теоретической моделью	Определено индивидуальной проблемой участника, связанной с его работой в компании
Упражнения в ходе тренинга	Направлены на интеграцию полученного материала	Направлены на рефлексии проблемы участника и психологических ресурсов
Обратная связь от психолога	Связана с реализацией конкретных упражнений в ходе тренинга	Связана с рефлексией психологических ресурсов участника относительно его проблемы
Результаты тренинга	Определены знаниями и умениями, полученными в ходе тренинга	Определены рефлексией психологических ресурсов и вариантов разрешения ситуации

2.2.3. Особенности практической деятельности менеджеров

Влияние практической деятельности на конструирование социальной идентичности наблюдалось нами у группы менеджеров-«заместителей руководителя».

Практическая деятельность менеджеров включала в себя разнообразные рабочие ситуации: управление командой подчиненных сотрудников, переговоры с ключевыми клиентами, замещение непосредственного руководителя в ситуации его отсутствия, курирование вопросов деятельности офиса в целом. На этапе наблюдения, без анализа диагностического материала, мы предполагали, что деятельность менеджеров-«заместителей руководителя» связана с критическими ситуациями. Критические ситуации, в которых работают менеджеры, характеризуются сложностью, неопределенностью и разнообразием деятельности.

Сложность деятельности менеджеров связана с высоким уровнем конкуренции на рынке и спецификой продаж продукции высокого ценового сегмента. В ситуации исследования менеджеры адаптировались к изменениям бизнес-процессов компании и работали без гарантий получения полной заработной платы, то есть находились в условиях неопределенности и непредсказуемости результата. Неопределенность и непредсказуемость результата в работе, изменение устоявшейся системы осуществления продаж актуализировали потребность филиалов и менеджеров в быстром освоении разнообразных новых компетенций.

2.3. Методики исследования

В параграфе представлено краткое описание методик исследования.

Социальная идентичность менеджеров изучалась с помощью диагностической методики «РОССТЛ» В.Г. Грязевой-Добшинской, Н.Ю. Бакунчик, В.А. Глуховой, А.С. Мальцевой. Она использовалась в исследовании для определения социальной идентичности, включающей в свою структуру социальные и персональные роли. Социальные и персональные роли, представленные в методике, отражают сущность динамичных отношений «Я-Другие»: иерархия (социальные роли

«Начальник» и «Заместитель начальника), принадлежность (персональная роль «Спасатель в кризисе»), вклад в развитие / стабилизацию (персональные роли «Криэйтор» и «Востребованный сотрудник»).

Выбранные психологические ресурсы значимы для рабочей деятельности и исследовались с помощью опросника «Шкала психологического стресса» (PSM) в адаптации Н.Е. Водопьяновой (для диагностики уровня переживания стресса менеджерами), теста «Жизнестойкость» С. Мадди в адаптации Д.А. Леонтьева (для определения уровня жизнестойкости и ее компонентов (вовлеченности, контроля и принятия риска)), методики «Удовлетворенность потребностей в работе» В.Н. Скворцова, Е.А. Маклаковой (для диагностики потребностей в достижении и безопасности менеджеров), методики «Рефлексивный выбор» В.А. Петровского (для исследования эго-состояния личности в условиях рефлексивного выбора ценностных ориентаций).

2.3.1. Методика диагностики социальной идентичности менеджеров

Методика «РОССТЛ» В.Г. Грязевой-Добшинской, Н.Ю. Бакунчик, В.А. Глуховой, А.С. Мальцевой направлена на выявление персональных и социальных ролей, наполняющих структуру социальной идентичности.

Изначально методика создавалась для определения общекультурной и индивидуальной семантики образов креативных людей, их соотношения с собственным представлением о себе и для исследования толерантности к творческим людям.

Методика соединяет в себе проективный и психосемантический метод исследования индивидуальности.

Оценка элементов методики реализована с помощью биполярных конструктов, в ее основе лежит техника репертуарных решеток Дж. Келли. В качестве элементов методики выступают типажы творческих личностей, созданные с помощью мифологического и нарративного контекста – мифологических историй

и их интерпретаций. Конструктами, задающими биполярные шкалы, выступают фразеологизмы, соответствующие полярным определениям творческих личностей.

Работая с элементами и конструктами, реципиент получает возможность варибельного анализа образов, что формирует проективность получаемых результатов: предлагается набор из 27 картинок с разнообразными типажам творческих людей. Фразеологизмы, через которые субъект оценивает картинки, подобраны в соответствии с основаниями бытия, среди них такие, как труд, познание, игра, любовь, жизнь и прочее, и типами субъектов культуры: индивид, социальный субъект, индивидуальность. Стандартизация методики позволила сформировать список из 72 фразеологизмов.

Технология работы с методикой включает в себя несколько шагов. Первоначально субъект выбирает десять образов, с которыми он соотносит собственное представление о себе и представление о людях, которые могли бы взаимодействовать с ним в команде.

Представление о себе в контексте методики получило название «Образ Я» – рефлексия личностью собственной социальной идентичности, связанная с социальной и / или персональной ролью.

Социальные роли, для которых субъект выбирает образы: «Начальник-мужчина», «Начальник-женщина», «Заместитель начальника-мужчина» и «Заместитель начальника-женщина».

Персональные роли: «Кризэйтор», «Востребованный сотрудник», «Спасатель в кризисе»; «Увольняемый мужчина» и «Увольняемая женщина».

Социальные и персональные роли, представленные в методике, отражают сущность динамичных отношений «Я-Другие»: иерархия (социальные роли «Начальник» и «Заместитель начальника»), принадлежность (персональная роль «Спасатель в кризисе»), вклад в развитие / стабилизацию (персональные роли «Кризэйтор» как субъект, проявляющий креативность, и «Востребованный сотрудник»).

Следующим шагом является выбор 12 наиболее актуальных фразеологизмов из 72 изначально предложенных.

Оценочная репертуарная решетка в итоге включает в себя десять элементов – образов творческих людей – и двенадцать биполярных конструкторов.

Статистическая обработка полученных результатов включает в себя индивидуальный и групповой факторный анализ.

В результате индивидуального факторного анализа определяется социальная идентичность как идентификация «образа Я» с одной или несколькими из выбранных ролей.

Групповой факторный анализ проводится для получения данных о группе.

Для определения взаимосвязи результатов, полученных в результате индивидуального факторного анализа по методике РОССТЛ с показателями эго-идентичности и психологических ресурсов, индивидуальные данные факторного анализа переводились нами в ранги.

Полученные после обработки результатов данные социальной идентичности с идентификацией образа «Я» и ролей увольняемых сотрудников не были использованы нами в диссертационной работе ввиду недостаточного количества данных для исследования [46].

2.3.2. Методики диагностики психологических ресурсов (уровня жизнестойкости и переживания стресса, уровня потребности в достижении и безопасности, эго-состояний личности)

Опросник «Шкала психологического стресса» (PSM) Л. Лемура, Р. Тесье, Л. Филлиона в адаптации Н.Е. Водопьяновой использовался для диагностики уровня переживания стресса менеджеров.

Процедура диагностики включает в себя оценку утверждений, характеризующих психическое состояние субъекта. Реципиенты оценивают собственное психическое состояние за последнюю неделю. Шкала оценки включает в себя 8 баллов, суммируя все оценки субъекта по всем

предложенным утверждениям, появляется общий балл, который представляет собой показатель – уровень переживания стресса. Этот показатель отражает способность личности к психологической адаптации в рабочей деятельности.

В интерпретации полученных данных мы опирались на трактовку уровня переживания стресса, предложенную Н.Е. Водопьяновой. Высокий уровень переживания стресса характеризуется наличием состояния дезадаптации и психического дискомфорта. Средний уровень переживания стресса характеризуется наличием ресурсов контроля собственного состояния в стрессовой ситуации и снижения возникающих состояний напряжения. Низкий уровень переживания стресса субъекта определяется как его способность выдерживать рабочие ситуации, адаптируясь к ним, без потери собственной эффективности [27].

Тест «Жизнестойкость» С. Мадди в адаптации Д.А. Леонтьева и Е.И. Рассказовой позволил в нашем исследовании изучить жизнестойкость менеджеров и ее компоненты: контроль, принятие риска и вовлеченность.

Концепция жизнестойкости опирается на изучение состояния тревоги и способов совладания с ней, включая интегративный взгляд на ее изучение (психологию стресса и экзистенциально-гуманистический подход).

Процедура диагностики представляет собой последовательные ответы субъекта на 45 предложенных утверждений. Опросник включает в себя прямые и обратные вопросы, суммарный балл ответов на которые формирует показатель жизнестойкости. Показатель жизнестойкости включает в себя три субшкалы, отражающие балльную оценку компонентов жизнестойкости: вовлеченности, принятия риска и контроля.

Для интерпретации данных опросника мы опираемся на исследования Д.А. Леонтьева и Е.И. Рассказовой в исследовании этого феномена. Жизнестойкость представляет собой систему убеждений, отражающих отношения личности с собой, с миром и с другими людьми. Этот феномен

включает в себя три отдельных компонента, выраженность которых формирует жизнестойкость и способствует снижению внутреннего напряжения, что положительно сказывается на восприятии личностью стрессовых ситуаций. Они воспринимаются как менее значимые.

Вовлеченность представляет собой способность человека с непрекращающимся интересом осуществлять деятельность. Поиск новых открытий, стоящих результатов, наполненных ощущением важности и целесообразности выполняемой деятельности, формирует эффекты удовольствия от ее осуществления. Контроль определяется как способность личности ощущать собственное влияние на происходящее событие, даже если оно в действительности не подвластно личности. Люди с высоким уровнем этого показателя считают, что борьба и упорство являются необходимыми ресурсами для достижения результата и присвоения себе авторства собственной жизни. Принятие риска определяется как способ приобретения опыта, отражающий готовность действовать даже в ситуации надежных гарантий получения результата. Люди, принимающие риск, обладают способностью видеть возможности ситуации и двигаться к их достижению. Подобное поведение может быть реализовано человеком с целью собственного развития с помощью получения знаний и навыков из разнообразного (негативного и позитивного) опыта [80].

Методика «Удовлетворенность потребностей в работе» В.Н. Скворцова, Е.А. Маклаковой позволила в нашем исследовании изучить потребности менеджеров. Методика оценивает удовлетворенность потребностей сотрудников в профессиональной деятельности.

Авторы методики дают следующее определение мотивации: это совокупность движущих сил, побуждающих человека к выполнению каких-либо действий. По мнению В.Н. Скворцова, Е.А. Маклаковой, движущими силами выступают физиологические потребности, потребности

в безопасности, социальные потребности, потребности в достижении и самореализации. Удовлетворенность потребностей может изменяться в зависимости от контекста от уровня неудовлетворенной потребности до уровня удовлетворенной, то есть полностью реализованной потребности.

В процессе работы с методикой реципиенты оценивают пятнадцать предложенных утверждений методом парных сравнений, выбирая то утверждение, которое наиболее актуально для личности в настоящий момент. Результаты, позволяющие выявить степень выраженности потребностей, формируются исходя из суммы баллов по каждому утверждению. Утверждения, используемые в опроснике, отражают реализацию пяти исследуемых потребностей [121]. В исследовании использовались только данные шкал удовлетворенности / неудовлетворённости потребности в безопасности и потребности в достижении.

Под термином «потребность в безопасности» понимается как физическая безопасность на рабочем месте и социальные гарантии, предоставляемые организацией, так и желание стабильности и предсказуемости деятельности.

Потребность в достижении включает в себя потребности в самоуважении, личных достижениях, уважении со стороны окружающих.

Методика «Рефлексивный выбор» В.А. Петровского позволила изучить эго-состояния личности в условиях рефлексивного выбора ценностных ориентаций. Мультисубъектная метаимплективная методика сформирована В.А. Петровским с опорой на модели рефлексивного выбора В.А. Лефевра и на транзактную модель личности Э. Берна.

Она позволяет математически представить, проанализировать и описать выбор ценностных ориентаций личностью в совокупности эго-состояний («Родитель», «Взрослый», «Дитя»). Математическая формула,

используемая в методике, выглядит следующим образом: $W = ((a3 \rightarrow a2) \rightarrow a1) \rightarrow a_k$.

Символы, представленные в формуле, определяются как W – мера адаптивности субъекта, совершающего выбор ценностей в разных контекстах; $a3$ – эго-идентичность «Взрослый»; $a2$ – эго-идентичность «Родитель»; $a1$ – эго-идентичность «Дитя»; a_k – ресурс, предоставляемый миром – тема поддержки совершаемого выбора.

Представленные ценностные ориентации: здоровье, деньги (достаток), любовь, жизнь, свобода, семья, дружба, творчество, познание, карьера (успех), власть, игра, красота, развитие, уверенность в себе, образование.

В.А. Петровский в описании модели обращает наше внимание на ресурс, предоставляемый миром для поддержки сделанного выбора. Автор выделяет нейтральную среду, провокативную среду и поддерживающую среду. Этот материал, полученный в ходе подсчета результатов, в нашей работе мы не используем. И ставим для себя задачу дальнейшего исследования взаимосвязи влияния среды, совершенного выбора, исходя из актуального эго-состояния личности.

При помощи методики нами выделялись эго-состояния менеджеров, которые определялись вследствие оценки менеджерами эго-состояний «Дитя», «Родитель», «Взрослый» с помощью ранжирования ценностей. Для интерпретации и анализа результатов нами использовались только данные эго-состояния «Взрослый».

Эго-состояния определяются В.А. Петровским, вслед за Э. Берном, как индифференцированный элемент, отражающий социальные позиции «Родитель», «Взрослый» и «Дитя». Социальные позиции интерпретируются следующим образом:

– «Дитя» характеризуется импульсами и влечениями, он не может осознавать последствия своих действий; его поведение в большей степени определяется рефлексивностью;

– «Родитель» – носитель «совершенного» знания – это представление о том, как «должно быть», или образ идеальной, безошибочной реализации действий. Выделяются контролирующий и опекающий «Родитель». Деятельность первого обусловлена желанием власти и стремлением к снижению уровня неопределенности. Второй ориентирован на заботу, поддержку других, когда потребности и нужды тех, о ком он заботится, имеют большее значение, чем собственные. Ценности опекающего и контролирующего «Родителя» неразрывно связаны с другими людьми, но если в первом случае он действует «во имя» других, принося в жертву свои нужды, то во втором – во главу угла ставятся собственные представления;

– «Взрослый» определяется целесообразностью и эффективностью; он обращает внимание на изменение и обладает достаточной адаптивной способностью, чтобы справляться с «вызовом», который бросают ему препятствия, новые задачи и процесс формирования новых способностей. «Взрослый» ориентирован на расширение возможностей жизни, действия, творчество для реализации основной цели жизненного пути – развития себя и другого, «обогащения сферы “могу” и “можешь”». Ценности, которые осваивает «Взрослый», являются инструментом, очередным этапом его жизни и новым источником опыта [108].

Поскольку исследуемые субъекты осуществляют свою деятельность как менеджеры организации, в нашем исследовании мы обращаем внимание только на показатели эго-состояния «Взрослый».

Подводя итоги параграфа, хочется систематизировать выделенную информацию по каждой из используемых нами методик. Поскольку методический материал, используемый в диагностике, включает в себя большое количество параметров, для удобства интерпретации полученных результатов, представленных в следующей главе, мы представили схематически все исследуемые параметры в таблице 4. Большое количество исследуемых нами параметров связано с попыткой системного взгляда на психологические ресурсы конструирования социальной идентичности.

Таблица 4

Параметры, анализируемые в методиках исследования

Методика исследования	Параметры исследуемого элемента
Диагностика социальной идентичности	
Методика «РОССТЛ»	<i>Образ «Я»</i> , рефлексия личностью собственной социальной идентичности <i>Социальные роли</i> : «Начальник-мужчина», «Начальник-женщина», «Заместитель начальника-мужчина», «Заместитель начальника-женщина» <i>Персональные роли</i> : «Востребованный сотрудник», «Спасатель в кризисе», «Кризэйтор»
Диагностика психологических ресурсов	
Методика «Рефлексивный выбор»	Эго-состояние «Взрослый», в условиях рефлексивного выбора ценностных ориентаций
Методика «Удовлетворенность потребностей в работе»	Уровень потребности в достижении и уровень потребности безопасности
Тест «Жизнестойкость»	Уровень жизнестойкости
Опросник «Шкала психологического стресса» (PSM)	Уровень переживания стресса

Для удобства интерпретации результатов исследования резюмируем дополнительно понятийный аппарат психологических ресурсов, используемых в исследовании.

Потребность в безопасности понимается нами как потребность, удовлетворенный уровень которой (Д. Канеман) является психологическим ресурсом стабилизирующей активности (В.Г. Грязева-Добшинская).

Потребность в достижении – потребность, удовлетворенный уровень которой (Д. Канеман) является психологическим ресурсом поисковой активности (В.Г. Грязева-Добшинская).

Эго-состояние «Взрослый» в условиях рефлексивного выбора ценностных ориентаций понимается нами как эго-состояние, в котором человек объективно воспринимает реальность с опорой на собственный опыт (Э. Берн). В условиях рефлексивного выбора ценностных ориентаций является психологическим ресурсом целесообразности и эффективности (В.А. Петровский).

Жизнестойкость – психологический ресурс, высокий уровень выраженности которого позволяет изменить восприятие стрессовых обстоятельств и справиться со всеми жизненными событиями (A. Cowdrey, S.L. Walters).

Переживание стресса – психологический ресурс, низкие и средние уровни выраженности которого способствуют сохранению эффективности деятельности и снижению уровня тревоги в процессе его реализации.

2.4. Методы статистической обработки данных исследования

Методы, используемые нами в текущем исследовании, отражают общенаучный подход к изучению интересующего нас феномена.

В качестве теоретических методов исследования были использованы анализ, сравнение и обобщение методологических, теоретических и эмпирических исследований. В качестве эмпирической обработки информации был использован комплекс методик, включающих в себя опросниковый, проективный, психосемантический и имплицативный методы. В качестве методов математической обработки данных были использованы статистические методы – Н-критерий Краскела-Уоллиса, Т-критерий Вилкоксона и эксплораторный факторный анализ. Адекватность факторного анализа проверялась с помощью критерия выборочной адекватности Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) и критерия сферичности Бартлетта.

Н-критерий Краскела-Уоллиса сформирован с целью оценки различий одновременно между тремя, четырьмя и более выборками по уровню какого-либо признака. Благодаря использованию метода, можно установить уровень изменений признака в нескольких группах. Т-критерий Вилкоксона использовался для измерения динамики социальной идентичности (показателя «Образ Я» методики РОССТЛ).

Факторный анализ позволяет проанализировать структуру корреляций переменных через определение их факторных нагрузок, идентификации

факторов латентных переменных и вычисления значения факторов для испытуемых интегральных переменных [101].

Статистический анализ полученных данных производился в программах Excel и SPSS 17.

ГЛАВА 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КОНСТРУИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ

3.1. Различия социальной идентичности менеджеров с разной выраженностью психологических ресурсов

Параграф включает в себя два раздела. Первый раздел посвящен исследованию социальной идентичности менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности уровня жизнестойкости и уровня переживания стресса, а второй раздел включает в себя результаты исследования социальной идентичности менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности уровня потребностей в достижении и безопасности.

3.1.1. Различия эго-состояний личности и социальной идентичности менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности уровня жизнестойкости и переживания стресса

Выборка менеджеров в сферах управления и образования была разделена на группы. Схематичное деление и количество человек, входящих в состав группы, представлены на рисунке 4.

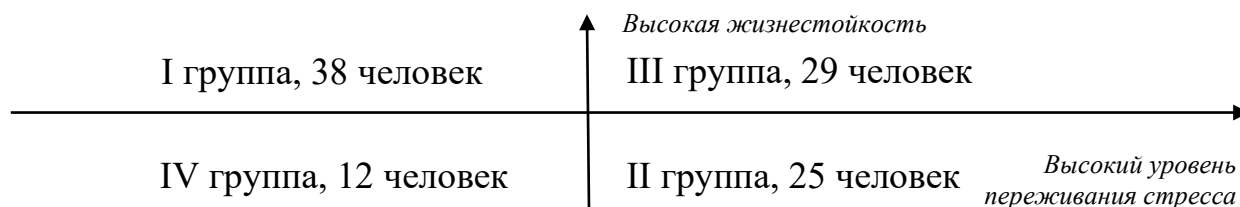


Рис. 4. Менеджеры в сферах образования и управления, разделенные на группы по степени выраженности психологических ресурсов (жизнестойкости и переживания стресса)

Таблица 5 содержит в себе данные, доказывающие наличие различий жизнестойкости и уровня переживания стресса менеджеров и корректность разделения групп.

Таблица 5

Различия жизнестойкости и уровня переживания стресса менеджеров в сфере управления и образования

Сумма рангов и средний ранг в подгруппах менеджеров								Н-кр.
Первая группа		Вторая группа		Третья группа		Четвертая группа		
Высокая жизнестойкость и низкий уровень переживания стресса		Низкая жизнестойкость и высокий уровень переживания стресса		Высокая жизнестойкость и высокий уровень переживания стресса		Низкая жизнестойкость и низкий уровень переживания стресса		
Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Жизнестойкость								
3016,0	7,8	520,0	2,8	1731,0	6,6	193,0	2,3	79,26**
Уровень переживания стресса								
909,0	2,5	2171,0	7,9	2014,0	6,2	366,0	2,8	84,73**

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

В ходе дальнейшего исследования, реализованного с помощью методики РОССТЛ, выявлена специфика социальной идентичности менеджеров. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют диапазон 0,581-0,612 и 25,009-33,168 ($p \leq 0,01$).

В таблице 6 представлена факторная структура социальной идентичности менеджеров с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса, включающая в себя корреляцию «Образ Я» с персональной ролью «Спасатель в кризисе», в первом факторе (σ_1 0,31, 64 % дисперсии).

Таблица 6

Факторная структура социальной идентичности менеджеров с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я	0,65		
Начальник-мужчина		0,64	
Начальник-женщина		0,75	

Продолжение таблицы 6

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Заместитель начальника-женщина		0,64	
Кризейтор			0,89
Спасатель в кризисе	0,79		
Доля объясненной дисперсии	31 %	22 %	11 %

В таблице 7 представлена факторная структура социальной идентичности менеджеров с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса, включающая в себя корреляцию «Образ Я» с персональной ролью «Кризейтор» ($\sigma_1 0,14$) во втором факторе (67 % дисперсии).

Таблица 7

Факторная структура социальной идентичности менеджеров с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я		0,75	
Начальник-женщина			0,72
Заместитель начальника-мужчина	0,64		
Заместитель начальника-женщина			0,71
Кризейтор		0,75	
Востребованный сотрудник	0,62		
Доля объясненной дисперсии	41 %	14 %	12 %

В таблице 8 представлена факторная структура социальной идентичности менеджеров с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса, включающая в себя корреляцию «Образ Я» с социальными ролями «Начальник-мужчина / женщина» и с ролью «Заместитель начальника-мужчина» ($\sigma_1 0,48$), в первом факторе (69 % дисперсии).

Таблица 8

Факторная структура социальной идентичности менеджеров с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор
Образ Я	0,74	
Начальник-мужчина	0,66	
Начальник-женщина	0,67	
Заместитель начальника-мужчина	0,73	
Кризейтор		0,63
Доля объясненной дисперсии	48 %	21 %

В таблице 9 представлена факторная структура социальной идентичности менеджеров с низкими уровнями жизнестойкости и переживания стресса, включающая в себя корреляцию «Образ Я» с персональной ролью «Спасатель в кризисе» ($\sigma_1 0,11$), в третьем факторе (54 % дисперсии).

Таблица 9

Факторная структура социальной идентичности менеджеров с низкими уровнями жизнестойкости и переживания стресса

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я			0,77
Начальник-мужчина	0,65		
Криэйтор		-0,85	
Востребованный сотрудник	0,67		
Спасатель в кризисе			-0,73
Доля объясненной дисперсии	31 %	12 %	11 %

Результаты исследования по методике «Рефлексивный выбор», показывающие выраженность эго-состояний личности как интроицированного элемента, отражающего социальные позиции «Взрослый», «Родитель» и «Дитя» в осознаваемых личностью ценностных ориентациях, у менеджеров в выделенных подгруппах получены при помощи Н-критерия Краскела-Уоллиса. Данные, описывающие результаты исследования, представлены в таблице 10.

Таблица 10

Эго-состояния менеджеров с разной выраженностью уровня жизнестойкости и уровня переживания стресса

Эго-идентичность	Сумма рангов и средний ранг в группах менеджеров								Н-кр.
	Высокая жизнестой- кость и низкий уровень переживания стресса		Низкая жизнестой- кость и высокий уровень переживания стресса		Высокие жизнестой- кость и уровень переживания стресса		Низкие жизнестой- кость и уровень переживания стресса		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Взрослый / развитие	2038,0	7	1175,0	9	1540,0	7	197,0	13	14,75**
Взрослый / образование	2154,0	6	1179,5	9	1406,0	9	210,5	12	13,05**
Дитя / познание	2036,0	9	1272,5	8	1366,5	10	275,0	13	6,98*

Продолжение таблицы 10

Эго-идентичность	Сумма рангов и средний ранг в группах менеджеров								Н-кр.
	Высокая жизнестой- кость и низкий уровень переживания стресса		Низкая жизнестой- кость и высокий уровень переживания стресса		Высокие жизнестой- кость и уровень переживания стресса		Низкие жизнестой- кость и уровень переживания стресса		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Дитя / деньги	1612,0	11	1401,0	8	1293,0	10	644,0	8	10,01**
Дитя / творчество	1987,0	7	1091,5	9	1555,0	8	316,5	12	8,63*

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

У менеджеров с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса наблюдается эго-состояние «Взрослый» в осознании ценностных ориентаций развития и образования и «Дитя» в осознании ценностной ориентации творчества ($H=14,75$, $p\text{-level}\leq 0,01$; $H=13,05$, $p\text{-level}\leq 0,01$; ($H=8,63$, $p\text{-level}\leq 0,05$).

У менеджеров с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса наблюдается эго-состояние «Родитель» в осознании ценностной ориентации познания и «Дитя» в осознании ценностной ориентации денег ($H=6,98$, $p\text{-level}\leq 0,0\%$; $H=10,01$, $p\text{-level}\leq 0,01$).

У менеджеров с высокими жизнестойкостью и уровнем переживания стресса наблюдается эго-состояние «Взрослый» в осознании ценностной ориентации развития ($H=14,75$, $p\text{-level}\leq 0,01$).

У менеджеров с низкими жизнестойкостью и уровнем переживания стресса наблюдается эго-состояние «Дитя» в осознании ценностной ориентации денег ($H=10,01$, $p\text{-level}\leq 0,01$).

Подводя итоги параграфа и анализируя полученные результаты, особенности социальной идентичности менеджеров в исследуемых группах можно описать схематично. Различия социальной идентичности представлены на рисунке 5.



Рис. 5. Эго-состояния личности и социальная идентичность менеджеров, разделенных по степени выраженности уровня жизнестойкости и переживания стресса

Интерпретировать полученные результаты можно следующим образом: менеджеры с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса осознают социальную идентичность, связанную с персональной ролью «Спасатель в кризисе», которая позволяет им выполнять функции антикризисного менеджера; они обладают ресурсом эго-состояния «Взрослый», то есть занимают взрослую позицию в реализации собственного образования и развития.

Менеджеры с высокими жизнестойкостью и уровнем переживания стресса осознают социальную идентичность, связанную с социальными ролями руководителей (вероятно, высокий уровень переживания стресса подчеркивает наличие высокой управленческой нагрузки); они обладают ресурсом эго-состояния «Взрослый», то есть занимают взрослую позицию в реализации собственного развития.

Менеджеры с низкими жизнестойкостью и уровнем переживания стресса осознают социальную идентичность, связанную с персональной ролью «Кризэйтор», позволяющей им реализовать творческие задачи в деятельности. Менеджеры этой группы не обладают психологическим ресурсом эго-состояния «Взрослый», у них наблюдается высокий уровень эго-состояния «Дитя».

Менеджеры с высоким уровнем переживания стресса и низкой жизнестойкостью осознают социальную идентичность, связанную с персональной ролью «Спасатель в кризисе», позволяющей им реализовать функции антикризисного менеджера в организации. Менеджеры этой группы не обладают психологическим ресурсом эго-состояния «Взрослый», у них наблюдается высокий уровень эго-состояния «Дитя».

3.1.2. Различия эго-состояний личности и социальной идентичности менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности уровня потребности в достижении и потребности в безопасности

В ходе исследования все менеджеры в сфере управления и образования (200 человек) были разделены на четыре группы по степени выраженности уровня потребности в достижении и безопасности.

Схематичное деление и количество человек, входящих в состав групп, представлены на рисунке 6.

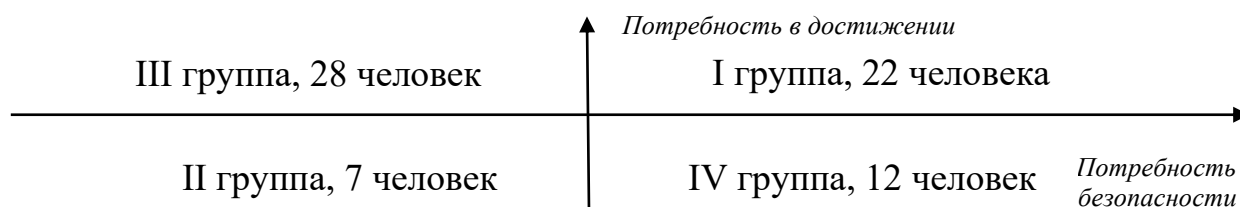


Рис. 6. Менеджеры в сферах образования и управления, разделенные на группы по степени выраженности психологических ресурсов (уровня потребностей в достижении и безопасности)

Результаты изучения различий уровня потребностей в достижении и безопасности у менеджеров представлены в таблице 11.

Таблица 11

**Различия уровня потребностей в достижении и безопасности
менеджеров в сфере управления и образования**

Сумма рангов и средний ранг в подгруппах менеджеров								Н-кр.
Первая группа		Вторая группа		Третья группа		Четвертая группа		
Высокие уровни потребностей в достижении и безопасности		Низкие уровни потребностей в достижении и безопасности		Высокий уровень потребности в достижении		Высокий уровень потребности в безопасности		
Σ	ср. ранг	Σ	ср. ранг	Σ	ср. ранг	Σ	ср. ранг	
Потребность в достижении								
934,0	6,9	55,0	2	1222,0	6,8	135,0	2,5	42,86**
Потребность в безопасности								
1082,5	7,1	123,5	2,6	471,5	2,5	668,5	7,9	53,81**

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

В ходе дальнейшего исследования, реализованного с помощью методики РОССТЛ, выявлена специфика социальной идентичности менеджеров.

Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют диапазон 0,572-0,698 и 26,159-48,696 ($p \leq 0,01$).

В таблице 12 представлена факторная структура социальной идентичности менеджеров с высокими уровнями потребностей в достижении и безопасности. Менеджеры этой группы идентифицируют себя с персональной ролью «Криэйтор» (σ_1 0,11, 64 % дисперсии).

Таблица 12

**Факторная структура социальной идентичности менеджеров с
высокими уровнями потребностей в достижении и безопасности**

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я			0,74
Начальник-мужчина		0,71	
Начальник-женщина		0,68	
Заместитель начальника-мужчина	0,77		
Криэйтор			0,85
Востребованный сотрудник	0,75		
Доля объясненной дисперсии	31 %	23 %	11 %

В группе менеджеров, у которых наблюдаются низкие значения психологических ресурсов (потребностей в достижении и безопасности), наблюдается факторная структура социальной идентичности, включающая в

себя корреляцию «Образ Я» с социальной ролью «Заместитель начальника-женщина» (σ_1 0,11), в четвертом факторе, 63 % дисперсии. Результаты факторного анализа представлены в таблице 13.

Таблица 13

Факторная структура социальной идентичности менеджеров с низкими уровнями потребностей в достижении и безопасности

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор	3 фактор	4 фактор
Образ Я				0,74
Заместитель начальника-женщина				-0,78
Кризейтор			0,76	
Востребованный сотрудник		-0,76		
Доля объясненной дисперсии	29 %	14 %	13 %	11 %

В группе менеджеров, у которых наблюдается только высокий уровень потребности в достижении, выявлена социальная идентичность, включающая в себя корреляцию «Образ Я» с наиболее статусными социальными ролями «Начальник-мужчина» и «Начальник-женщина» (σ_1 0,13) в первом факторе. Результаты, описывающие 61 % дисперсии, представлены в таблице 14.

Таблица 14

Факторная структура социальной идентичности менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я	0,74		
Начальник-мужчина	0,72		
Начальник-женщина	0,69		
Заместитель начальника-мужчина		0,61	
Заместитель начальника-женщина		0,57	
Доля объясненной дисперсии	41 %	11 %	10 %

В группе менеджеров, у которых наблюдается только высокий уровень потребности в безопасности, отсутствует рефлексия социальной идентичности по результатам исследования факторного анализа. Вероятно, полученные результаты связаны с ограниченным количеством социальных и персональных ролей, предложенных методикой исследования.

Дальнейшее изучение социальной идентичности менеджеров реализовано в контексте ее изучения по методике «Рефлексивный выбор». Методика измеряет наличие эго-состояний личности как интроицированного элемента, отражающего социальные позиции «Взрослый», «Родитель» и «Дитя» в осознаваемых личностью ценностях. Исследование проведено с помощью Н-критерия Краскела-Уоллиса, результаты представлены в таблице 15.

При высоком уровне потребностей в достижении и безопасности наблюдается эго-состояние «Родитель» в рефлексии ценностной ориентации развития ($H=8,25$, $p\text{-level}\leq 0,05$), а при низком уровне – эго-состояние «Дитя» в рефлексии ценностной ориентации семьи ($H=12,04$, $p\text{-level}\leq 0,01$).

В группе менеджеров с высоким уровнем только потребности в достижении выявлено эго-состояние «Взрослый» в рефлексии ценностной ориентации власти ($H=8,07$, $p\text{-level}\leq 0,05$). В группе менеджеров с высоким уровнем только потребности в безопасности выявлены эго-состояние «Взрослый» в осознании ценностной ориентации свободы и эго-состояние «Родитель» в осознании ценностной ориентации карьеры ($H=9,53$, $p\text{-level}\leq 0,05$; $H=8,17$, $p\text{-level}\leq 0,05$).

Таблица 15

Эго-состояние менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности уровня потребности в достижении и безопасности

Эго-идентичность в процессе рефлексивного выбора ценностей	Сумма рангов и средний ранг в подгруппах менеджеров								Н-кр.
	Высокие потребности в достижении и безопасности		Низкие потребности в достижении и безопасности		Высокая потребность в достижении		Высокая потребность в безопасности		
	Σ	ср. ранг	Σ	ср. ранг	Σ	ср. ранг	Σ	ср. ранг	
Взрослый / свобода	686,5	9	317,5	6	781,0	10	561,0	5	9,53*
Взрослый / власть	630,5	11	190,5	12	1137,5	9	387,5	10	8,07*
Родитель / карьера	585,0	11	275,0	8	972,0	9	514,0	6	8,17*
Родитель / развитие	946,5	5	190,5	10	821,5	9	387,5	8	8,25*
Дитя / семья	699,0	5	361,0	2	750,5	7	535,5	4	12,04**

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

Подводя итоги параграфа и анализируя полученные результаты, особенности социальной идентичности менеджеров в исследуемых группах можно описать схематично. Различия социальной идентичности представлены на рисунке 7.



Рис. 7. Эго-состояния личности и социальная идентичность менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности уровня потребности в достижении и безопасности

Интерпретировать полученные результаты можно следующим образом: менеджеры с высокими потребностями в достижении и безопасности осознают социальную идентичность, связанную с персональной ролью «Криэйтор», позволяющую им реализовать деятельность творческого сотрудника. Менеджеры этой группы не обладают психологическим ресурсом эго-состояния «Взрослый», у них наблюдается высокий уровень психологического ресурса эго-состояния «Родитель».

Менеджеры с низким уровнем потребностей в достижении и безопасности осознают социальную идентичность, связанную с социальными ролями заместителя руководителя, позволяя им реализовывать задачи с готовностью к подчинению. Менеджеры этой группы не обладают психологическим ресурсом эго-состояния «Взрослый», у них наблюдается высокий уровень психологического ресурса эго-состояния «Дитя».

Менеджеры с выраженной потребностью в достижении осознают социальную идентичность, связанную с наиболее статусными социальными ролями – ролями руководителя. Они обладают ресурсом эго-состояния «Взрослый», то есть занимают взрослую позицию в реализации ценностной ориентации власти, что отражает их позицию в иерархической структуре организации.

Менеджеры с выраженной потребностью в безопасности не осознают социальную идентичность, в структуре которой есть идентификация с предложенным спектром социальных и персональных ролей. Менеджеры этой группы обладают коммуникативным ресурсом – эго-состоянием «Взрослый», в реализации ценностных ориентаций свобода.

Исследование социальной идентичности менеджеров с разной выраженностью психологических ресурсов выявило ряд закономерностей, которые схематично представлены в таблице 16.

Таблица 16

Закономерности исследования социальной идентичности в группах менеджеров, разделенных на группы по степени выраженности психологических ресурсов

Группы менеджеров	Специфика социальной идентичности (социальные, персональные роли)		
Группа менеджеров с низкими уровнями потребностей в достижении и безопасности			«Заместитель начальника-женщина»
Группа менеджеров с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса	«Начальник-мужчина»	«Начальник-Женщина»	
Группа менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении			
Группа менеджеров с высокими уровнями потребностей в достижении и безопасности	«Кризйтор»		
Группа менеджеров с низкими уровнями жизнестойкости и переживания стресса			
Две группы менеджеров с разнополярным уровнем жизнестойкости и уровнем переживания стресса	«Спасатель в кризисе»		

Социальная идентичность с осознаваемыми социальными ролями наблюдается в трех группах менеджеров: в группе с высокими значениями жизнестойкости и высоким уровнем переживания стресса; в группе менеджеров с низкими уровнями потребностей в достижении и безопасности; в группе менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении.

Менеджеры двух исследуемых нами групп осознают социальную идентичность, связанную с персональной ролью «Кризейтор», это группы менеджеров с высокими уровнями потребностей в достижении и безопасности, с низкими уровнями жизнестойкости и переживания стресса.

Только у менеджеров с разнополярными психологическими ресурсами жизнестойкости и переживания стресса наблюдается социальная идентичность, связанная с персональной ролью антикризисного менеджера в организации – «Спасатель в кризисе».

3.2. Структура социальной идентичности (социальных и персональных ролей) менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами

Во втором параграфе, согласно второй частной гипотезе о том, что **«структура социальной идентичности (социальных и персональных ролей) различается у менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами (уровнем потребностей в достижении и безопасности, уровнем жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояниями личности)»**, представлено дальнейшее исследование социальной идентичности менеджеров.

Чтобы выявить специфику социальной идентичности, взаимосвязанной со специфическими психологическими ресурсами, использовался групповой факторный анализ.

Показатели индивидуального факторного анализа каждого менеджера из всех восьми групп были проанализированы и переведены в ранги, от единицы до девяти. Самый высокий – первый ранг, самый низкий – девятый ранг.

Для определения факта взаимосвязи психологического ресурса с социальными и персональными ролями структуры социальной идентичности мы исследовали корреляции ранга «Образа Я» – осознаваемой социальной идентичности, связанной с социальной и / или персональной ролью (показателя методики РОССТЛ) с показателями других методик (тестов «Жизнестойкость», «PSM», методики «Удовлетворенность потребностей в работе», методики «Рефлексивный выбор»).

Наличие корреляции интерпретировалась нами как осознаваемая социальная идентичность менеджеров, связанная с социальной и / или персональной ролью и специфическим психологическим ресурсом.

Схематично социальную идентичность менеджеров, связанную с социальной и / или персональной ролью и специфическим психологическим ресурсом, мы оформляем в виде модели, представленной на рисунке 8.

Модель включает в себя исследуемую нами осознаваемую социальную идентичность, связанную с социальными и / или персональными ролями, предложенными методикой РОССТЛ, и исследуемые нами специфические психологические ресурсы (уровень жизнестойкости и переживания стресса, уровень потребности в достижении и безопасности, эго-состояния личности).

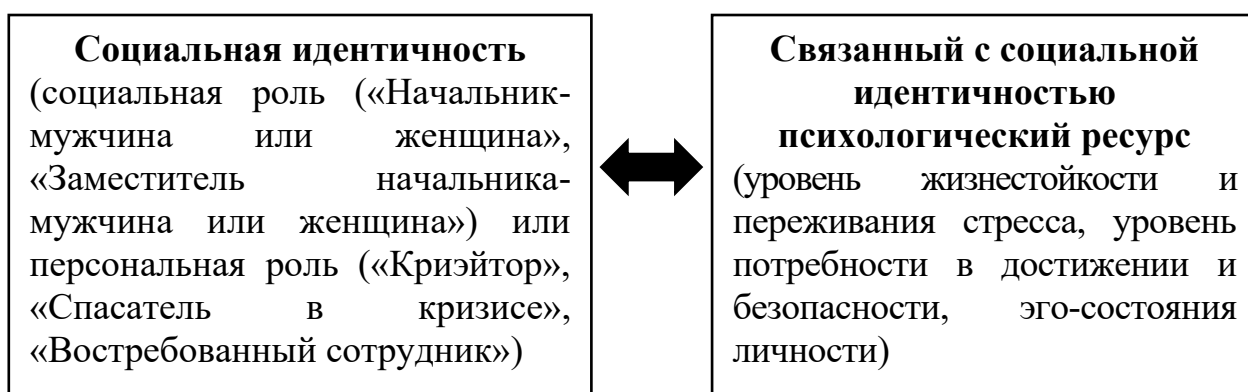


Рис. 8. Схема описания взаимосвязи социальной идентичности с психологическими ресурсами

Обратимся к исследованию взаимосвязи социальной идентичности исследуемых групп менеджеров с психологическими ресурсами.

3.2.1. Взаимосвязь структуры социальной идентичности менеджеров с психологическими ресурсами (уровнем жизнестойкости и переживания стресса, эго-состоянием личности)

Исследование проводилось для четырех групп менеджеров с разной выраженностью изучаемых нами ресурсов.

Обратимся к результатам, полученным с помощью методики РОССТЛ и комплекса тестов и методик, измеряющих психологические ресурсы менеджеров.

Проведенный факторный анализ позволил выявить единственную группу менеджеров, социальная идентичность которых связана с психологическим ресурсом – психологическим ресурсом жизнестойкости. Это менеджеры с высоким уровнем жизнестойкости и низким уровнем переживания стресса. Полученные результаты представлены в таблице 17. Они свидетельствуют о том, что осознаваемая социальная идентичность менеджеров с высоким уровнем жизнестойкости и низким уровнем переживания стресса связана с персональной ролью «Спасатель в кризисе» и психологическим ресурсом – уровнем жизнестойкости (σ_1 0,26) во втором факторе. Доля объясненной дисперсии составляет 67 %. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,600 и 29,168 ($p \leq 0,01$).

Выявленный фактор получил название **«Спасатель в кризисе ↔ Жизнестойкий»**.

Таблица 17

Факторная структура социальной идентичности (персональных и социальных ролей) менеджеров, обладающих психологическим ресурсом – уровнем жизнестойкости (по методике РОССТЛ)

Социальная идентичность (социальные и персональные роли)	Менеджеры с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса	
	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»		0,70
Спасатель в кризисе		0,74
Жизнестойкость		0,83
Уровень переживания стресса	0,78	
Доля объясненной дисперсии	41 %	26 %

Полученные результаты можно интерпретировать следующим образом: менеджеры с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса определяют себя жизнестойкими и называют себя жизнестойкими спасателями в кризисе. Осознание взаимосвязи персональной роли антикризисного менеджера позволяет менеджерам осознавать наличие психологического ресурса, позволяющего менять восприятие стрессовых ситуаций и справляться со всеми жизненными событиями.

Результаты исследования социальной идентичности в других группах менеджеров представлены в таблице 18. Данные указывают на отсутствие связи психологических ресурсов уровня жизнестойкости и уровня переживания стресса с социальной идентичностью.

Так, у менеджеров с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса социальная идентичность связана с персональной ролью «Кризейтор» ($\sigma_1 0,35$) во втором факторе.

В группе менеджеров с высокими уровнями психологических ресурсов (жизнестойкости и переживания стресса) социальная идентичность связана с социальной ролью «Начальник-женщина» ($\sigma_1 0,18$) в третьем факторе.

В группе менеджеров с низкими уровнями психологических ресурсов (жизнестойкости и переживания стресса) социальная идентичность связана с персональной ролью «Спасатель в кризисе» ($\sigma_1 0,47$) в первом факторе.

Таблица 18

Исследование факторной структуры социальной идентичности (персональных и социальных ролей), показывающее отсутствие связи психологических ресурсов уровня жизнестойкости и переживания стресса с социальной идентичностью, в трех группах менеджеров с разной выраженностью психологических ресурсов

Социальная идентичность (социальные и персональные роли)	Менеджеры с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса		
	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ «Я»		-0,77	
Кризейтор		-0,82	
Жизнестойкость	0,82		
Уровень переживания стресса	-0,80		
Доля объясненной дисперсии	40 %	35 %	
	Менеджеры с высокой жизнестойкостью и уровнем переживания стресса		
Образ «Я»			-0,66
Начальник-мужчина		0,79	
Начальник-женщина			0,78
Заместитель начальника-мужчина		-0,74	
Жизнестойкость	0,86		
Уровень переживания стресса	-0,87		
Доля объясненной дисперсии	30 %	20 %	18 %
	Менеджеры с низкой жизнестойкостью и уровнем переживания стресса		
Образ «Я»	0,83	0,33	
Спасатель в кризисе	-0,81		
Жизнестойкость			
Уровень переживания стресса		0,38	
Доля объясненной дисперсии	47 %	12 %	

Обратимся к исследованию связи психологических ресурсов уровня жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояний личности и социальной идентичности, реализованного с помощью методики «Рефлексивный выбор», теста «Жизнестойкость», теста «PSM» и методики «РОССТЛ». Результаты проведенного факторного анализа позволили выявить две группы менеджеров с наличием взаимосвязи психологических ресурсов жизнестойкости и уровня переживания стресса с эго-состояниями личности и социальной идентичностью. Результаты представлены в таблице 19. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и

тест Бартлетта на сферичность составляют диапазон 0,600-0,648 и 28,109-36,631 ($p \leq 0,01$).

Таблица 19

Взаимосвязь психологических ресурсов уровня жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояний личности и социальной идентичности

Социальная идентичность	Менеджеры с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса		
	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ «Я»		0,92	
Взрослый / развитие	0,75		
Взрослый / образование	0,83		
Дитя / творчество		0,84	
Жизнестойкость		0,68	-0,32
Уровень переживания стресса			0,29
Доля объясненной дисперсии	28 %	23 %	18 %
	Менеджеры с низкими уровнями жизнестойкости и переживания стресса		
Образ «Я»	0,79		
Дитя / деньги	0,83		
Жизнестойкость		0,83	
Уровень переживания стресса	0,81		
Доля объясненной дисперсии	37 %	32 %	

У менеджеров с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса наблюдается взаимосвязь психологических ресурсов и социальной идентичности: после Varimax-вращения выделено три фактора, описывающих 69 % дисперсии, социальная идентичность включает в себя идентификацию «Образ Я» с психологическим ресурсом – уровнем жизнестойкости и эго-состоянием «Дитя» в осознании ценностной ориентации творчества ($\sigma_1 0,23$) во втором факторе.

У менеджеров с низкими уровнями жизнестойкости и переживания стресса выявлена следующая взаимосвязь: после Varimax-вращения выделено два фактора, описывающих 69 % дисперсии, социальная идентичность включает в себя идентификацию «Образ Я» с уровнем переживания стресса и эго-состоянием «Дитя» в осознании ценностной ориентации денег ($\sigma_1 0,37$) в первом факторе.

Выявленные факторы получили название: «Дитя ↔ Жизнестойкий» и «Дитя ↔ Безразличный». Полученные результаты можно интерпретировать следующим образом: менеджеры с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса определяют себя жизнестойкими, когда занимают детскую, инфантильную позицию, и это представление о себе служит совладанию со стрессом. Инфантильная позиция менеджеров проявляется в реализации творческой деятельности. Менеджеры с низкими уровнями жизнестойкости и переживания стресса адаптируются к текущим условиям, решив не замечать их. Инфантильная позиция менеджеров проявляется в финансовых вопросах.

Результаты исследования социальной идентичности в других группах менеджеров представлены в таблице 20. Данные указывают на отсутствие взаимосвязи между психологическими ресурсами жизнестойкости и уровня переживания стресса, эго-состоянием личности и социальной идентичности у менеджеров с высокими уровнями психологических ресурсов и у менеджеров с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса.

Таблица 20

Исследование факторной структуры социальной идентичности, показывающее отсутствие взаимосвязи уровня жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояний личности с социальной идентичностью менеджеров

Социальная идентичность	Менеджеры с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса	
	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»		0,67
Родитель / познание		
Дитя / деньги		-0,76
Жизнестойкость	-0,69	
Уровень переживания стресса	0,82	
Доля объясненной дисперсии	33 %	25 %
	Менеджеры с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса	
Образ «Я»		-0,81
Взрослый / развитие	-0,63	
Жизнестойкость	0,83	
Уровень переживания стресса	-0,85	
Доля объясненной дисперсии	42 %	30 %

В группе менеджеров с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса выделено два фактора, описывающих 58 % дисперсии, социальная идентичность включает в себя взаимосвязь с эго-состояниями «Дитя» в осознании ценностной ориентации денег и «Родитель» в осознании ценностной ориентации познания ($\sigma_1 0,25$) во втором факторе.

В группе менеджеров с высокой жизнестойкостью и уровнем переживания стресса взаимосвязи с психологическими ресурсами не выявлено.

Результаты исследования специфики структуры социальной идентичности, связанной со специфическими психологическими ресурсами, представлены в виде схемы на рисунке 9.

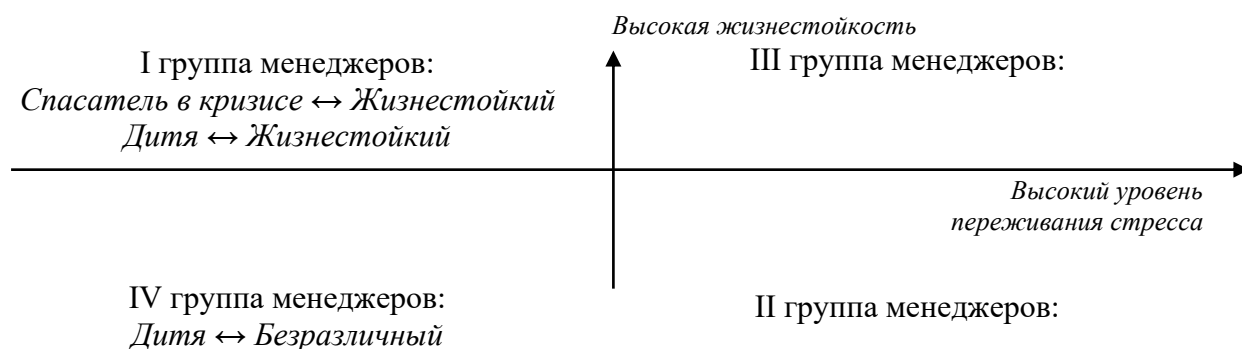


Рис. 9. Социальная идентичность, связанная с психологическими ресурсами уровнем жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояниями личности

3.2.2. Взаимосвязь структуры социальной идентичности менеджеров с психологическими ресурсами (уровнем потребности в достижении и безопасности, эго-состоянием личности)

Дальнейший анализ выявил группы менеджеров с наличием взаимосвязи психологических ресурсов уровней потребностей в достижении и безопасности со структурой социальной идентичности.

Результаты, представленные в таблице 21, свидетельствуют о том, что у менеджеров с высоким уровнем достижения и менеджеров с низкими уровнями потребности в достижении и безопасности исследуемые психологические ресурсы связаны со структурой социальной идентичности.

Социальная идентичность менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении связана с социальными ролями «Начальник-мужчина / женщина», с психологическим ресурсом – уровнем потребности в достижении (σ_1 0,25) во втором факторе. Всего выделено три фактора, описывающих 87 % дисперсии. Выявленные факторы получили названия **«Начальник ↔ Достигающий»**. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,596 и 54,370 ($p \leq 0,05$).

У менеджеров с низкими уровнями потребностей в достижении и безопасности выявлена взаимосвязь «Образа Я» с психологическими ресурсами уровней потребности в достижении и безопасности в первом факторе (σ_1 0,48). Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,546 и 53,370 ($p \leq 0,05$).

Полученный фактор получил название **«Менеджер ↔ С рефлексией дефицита удовлетворенных потребностей»**.

Таблица 21

Факторная структура социальной идентичности (персональных и социальных ролей), связанная с психологическими ресурсами уровней потребности в достижении и безопасности (по методике РОССТЛ)

Социальная идентичность (социальные и персональные роли)	Менеджеры с низкими уровнями потребности в достижении и безопасности		
	1 фактор	2 фактор	
Образ «Я»	0,93		
Заместитель начальника-женщина		0,78	
Потребность в безопасности	0,91		
Потребность в достижении	0,86		
Доля объясненной дисперсии	48 %	34 %	
	Менеджеры с высоким уровнем потребности в достижении		
Образ «Я»		0,72	0,16
Начальник-мужчина		0,83	
Начальник-женщина		0,91	
Потребность в безопасности	0,99		
Потребность в достижении		0,99	
Доля объясненной дисперсии	41 %	25 %	21 %

Полученные результаты можно интерпретировать следующим образом: у менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении осознаваемая социальная идентичность связана с социальными ролями руководителя и психологическим ресурсом – уровнем потребности в достижении, что позволяет менеджерам ощущать себя достигающими руководителями. Выявленная социальная идентичность, безусловно, позволяет менеджерам определять себя как результативных сотрудников, формируя целенаправленность в достижении необходимых результатов. Менеджеры с низкими уровнями потребностей в достижении и безопасности осознают себя как сотрудников, у которых наблюдается дефицит специфических психологических ресурсов. Эта идентификация, вероятно, связана с потерей интереса к работе в компании и демотивацией существующих условий деятельности. Может быть, члены этой группы менеджеров не знают, хотят ли они достижений и стабильности, а их желания находятся в области других потребностей.

У менеджеров с высоким уровнем психологических ресурсов (потребностей в достижении и безопасности) выявлена социальная идентичность с идентификацией с социальной ролью «Заместитель начальника-мужчина» и отсутствием взаимосвязи психологических ресурсов со структурой социальной идентичности ($\sigma_1 0,34$) и социальная идентичность без идентификации «Образ Я» с выделенными ролями, но взаимосвязанная с психологическими ресурсами уровня потребностей в достижении и безопасности ($\sigma_1 0,48$).

Результаты исследования социальной идентичности, связанной с психологическими ресурсами, в других группах менеджеров, представлены в таблице 22. Данные указывают на отсутствие взаимосвязи психологических ресурсов потребности в достижении и безопасности с социальной идентичностью у менеджеров с высоким уровнем выраженности этих психологических ресурсов. В этой группе менеджеров определена социальная идентичность с идентификацией с персональной ролью «Криэйтор» ($\sigma_1 0,27$) во втором факторе.

Таблица 22

Исследование факторной структуры социальной идентичности (персональных и социальных ролей), показывающее отсутствие взаимосвязи потребности в достижении и безопасности с социальной идентичностью у менеджеров с высоким уровнем выраженности этих психологических ресурсов

Социальная идентичность (социальные и персональные роли)	Менеджеры с высокими уровнями потребностей в достижении и безопасности	
	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»		-0,60
Кризис		-0,84
Потребность в безопасности	0,98	
Потребность в достижении	0,96	
Доля объясненной дисперсии	52 %	27 %

В группе менеджеров с высоким уровнем потребности в безопасности не проводился факторный анализ ввиду отсутствия идентификации с предложенными социальными и персональными ролями в исследовании первого параграфа главы.

Обратимся к исследованию взаимосвязи структуры социальной идентичности менеджеров и психологических ресурсов уровня потребностей в достижении и безопасности и эго-состояний личности, реализованному с помощью методики «Рефлексивный выбор», теста «Удовлетворенность потребностей в работе» и методики «РОССТЛ».

Результаты проведенного факторного анализа позволили выявить две группы менеджеров, структура социальной идентичности которых связана с психологическими ресурсами уровней потребности в достижении и безопасности и эго-состояниями личности.

Результаты факторного анализа, демонстрирующие наличие корреляции эго-состояния «Родитель», «Взрослый» и «Дитя», психологических ресурсов уровней потребности в достижении и безопасности и структуры социальной идентичности у менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении и у менеджеров с низким уровнем выраженности психологических ресурсов, представлены в таблице 23.

Таблица 23

**Взаимосвязь социальной идентичности с психологическими ресурсами
уровней потребности в достижении и безопасности и эго-состояниями
личности**

Социальная идентичность	Менеджеры с низкими уровнями потребностей в достижении и безопасности	
	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»	0,94	
Дитя / семья	0,88	
Потребность в безопасности	0,91	
Потребность в достижении		0,82
Доля объясненной дисперсии	48 %	33 %
Менеджеры с высоким уровнем потребности в достижении		
Образ «Я»		0,80
Взрослый / свобода		-0,82
Потребность в безопасности	0,99	
Потребность в достижении		0,99
Доля объясненной дисперсии	50 %	33 %

У менеджеров с низким уровнем выраженности психологических ресурсов (потребностей в достижении и безопасности) после Varimax-вращения выделено два фактора, описывающих 81 % дисперсии, социальная идентичность включает в себя идентификацию «Образа Я», связанную с психологическим ресурсом – уровнем потребности в безопасности и эго-состоянием «Дитя» в осознании ценностной ориентации семьи (σ_1 0,48) в первом факторе. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,617 и 39,108 ($p \leq 0,01$).

У менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении после Varimax-вращения выделено два фактора, описывающих 83 % дисперсии, социальная идентичность включает в себя взаимосвязь «Образа Я» с психологическим ресурсом – уровнем потребности в достижении и эго-состоянием «Взрослый» в осознании ценностной ориентации свобода (σ_1 0,33) во втором факторе. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,549 и 34,108 ($p \leq 0,01$).

Выявленные факторы получили названия **«Взрослый ↔ Достигающий»**, **«Дитя ↔ В безопасности»**.

Полученные результаты можно интерпретировать следующим образом: менеджеры с высоким уровнем потребности в достижении осознают социальную идентичность, связанную с психологическими ресурсами – эго-состоянием «Взрослый» и уровнем потребности в достижении, то есть они определяют себя достигающими, когда занимают взрослую позицию, это представление о себе помогает им в получении актуальных и эффективных результатов деятельности. Взрослая позиция менеджеров проявляется в осознании чувства свободы в рабочей ситуации.

При наличии низких значений реализации потребностей в достижении и безопасности менеджеры демонстрируют инфантильную позицию, свойственную не только их рабочей, но и семейной жизни, так как она проявляется в рефлексии ценностей семьи.

Результаты исследования в других группах менеджеров представлены в таблице 24. Данные указывают на отсутствие взаимосвязи психологических ресурсов потребностей в достижении и безопасности с социальной идентичностью и эго-состоянием личности. При высоких уровнях потребности в достижении и безопасности наблюдается социальная идентичность, связанная с эго-состоянием «Родитель» в рефлексии ценностной ориентации развития во втором факторе (σ_1 0,27). При высоком уровне потребности в безопасности выявлена социальная идентичность менеджеров, связанная с эго-состояниями «Родитель», в рефлексии ценностной ориентации свободы и «Родитель» в рефлексии ценностной ориентации карьеры во втором факторе (σ_1 0,32).

Таблица 24

Исследование факторной структуры социальной идентичности, показывающее отсутствие взаимосвязи социальной идентичности с психологическими ресурсами уровней потребностей в достижении и безопасности, эго-состоянием личности

Социальная идентичность	Менеджеры с высоким уровнем потребности в достижении и безопасности	
	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»		0,56
Родитель / развитие		0,89
Потребность в безопасности	0,84	
Потребность в достижении	0,95	
Доля объясненной дисперсии	46 %	27 %
Менеджеры с высоким уровнем потребности в безопасности		
Образ «Я»		-0,71
Родитель / свобода		0,91
Родитель / карьера		0,87
Потребность в безопасности	0,92	
Потребность в достижении	0,94	
Доля объясненной дисперсии	46 %	32 %

В результате исследования, реализованного для менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении и менеджеров с низкими уровнями потребностей в достижении и безопасности, выявлена социальная идентичность, связанная с психологическими ресурсами (рисунок 10).

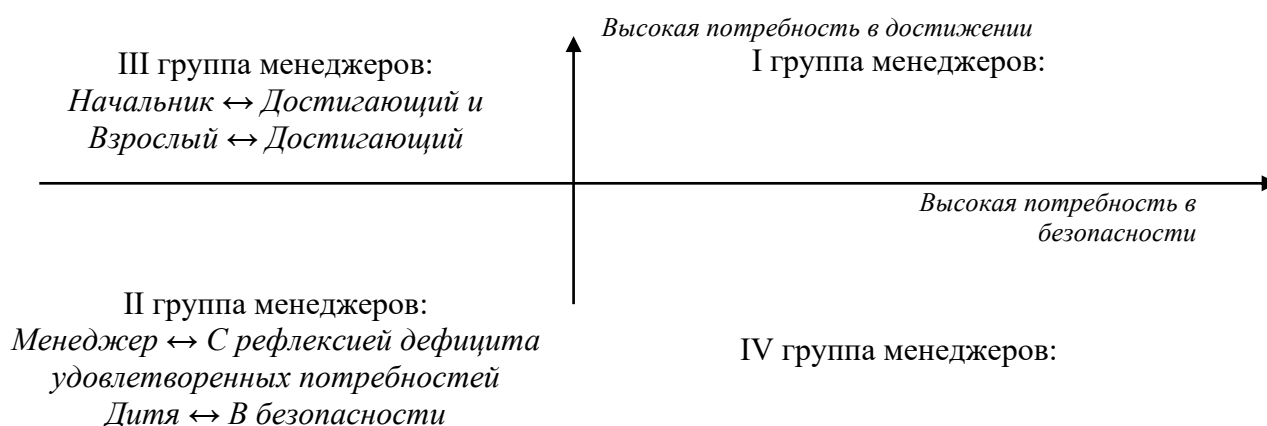


Рис. 10. Структура социальной идентичности менеджеров, связанная с психологическими ресурсами уровней потребности в достижении и безопасности, эго-состояниями личности

Выявленная социальная идентичность получила название «Начальник ↔ Достигающий», «Взрослый ↔ Достигающий», «Менеджер ↔ С

рефлексией дефицита удовлетворенных потребностей» и «Дитя ↔ В безопасности».

Анализируя итоги параграфа, можно сделать вывод о том, что выявлены определенные закономерности. При высоком уровне жизнестойкости и низком уровне переживания стресса жизнестойкость интегрируется в структуру социальной идентичности, получившую название «Спасатель в кризисе ↔ Жизнестойкий» и «Дитя ↔ Жизнестойкий». При низких уровнях жизнестойкости и переживания стресса переживание стресса интегрируется в структуру социальной идентичности, получившую название «Дитя ↔ Безразличный». При высоком уровне потребности в достижении потребность в достижении интегрируется в структуру социальной идентичности, получившую название «Начальник ↔ Достигающий» и «Взрослый ↔ Достигающий». При низких уровнях потребностей в достижении и безопасности формируется структура социальной идентичности «Менеджер ↔ С рефлексией дефицита удовлетворенных потребностей» и при интеграции потребности в безопасности формируется новая структура социальной идентичности: «Дитя ↔ В безопасности».

Схематично результаты исследования по параграфу представлены в таблице 25.

Таблица 25

Структура социальной идентичности менеджеров, связанная с психологическими ресурсами

	Высокая жизнестойкость и низкий уровень переживания стресса	Низкие уровни жизнестойкости и переживания стресса
Социальная идентичность	Спасатель в кризисе ↔ Жизнестойкий Дитя ↔ Жизнестойкий	Дитя ↔ Безразличный
	Низкие уровни потребностей в достижении и безопасности	Высокий уровень потребности в достижении
Социальная идентичность	Менеджер ↔ С рефлексией дефицита удовлетворенных потребностей Дитя ↔ В безопасности	Начальник ↔ Достигающий и Взрослый ↔ Достигающий

Таким образом, вторая частная гипотеза подтвердилась. Ввиду того, что в нашем исследовании психологического ресурса эго-состояний личности нас интересует только эго-состояние «Взрослый», отражающее

профессиональную позицию сотрудника на рабочем месте, мы упускаем в подведении итогов результаты исследования, касающиеся иных эго-состояний личности.

У менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами, структура социальной идентичности различается. У менеджеров с высоким уровнем жизнестойкости и низким уровнем переживания стресса структура социальной идентичности включает в себя персональную роль «Спасатель в кризисе», связанную с психологическим ресурсом – уровнем жизнестойкости. Менеджеры с высокой жизнестойкостью и низким уровнем переживания стресса определяют себя жизнестойкими и называют себя жизнестойкими спасателями в кризисе. Осознание взаимосвязи персональной роли антикризисного менеджера позволяет менеджерам ощущать наличие психологического ресурса, позволяющего менять восприятие стрессовых ситуаций и справляться со всеми жизненными событиями.

У менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении структура социальной идентичности включает в себя социальную роль «Начальник», связанную с психологическими ресурсами (уровнем потребности в достижении и эго-состоянием «Взрослый»), что позволяет менеджерам ощущать себя достигающими руководителями. Выявленная социальная идентичность, безусловно, позволяет менеджерам определять себя как результативных сотрудников, формируя целенаправленность в достижении необходимых результатов. Менеджеры определяют себя достигающими, когда занимают взрослую позицию, это представление о себе помогает им в получении актуальных и эффективных результатов в деятельности.

Полученные результаты могут быть использованы в области развития, обучения и формирования кадрового резерва организаций, находящихся в условиях изменений, и могут быть использованы социальными и организационными психологами, руководителями отдела обучения и персонала в консультировании, при обучении менеджеров компаний, при найме персонала и формировании кадрового резерва на предприятии.

3.3. Эффекты мотивационного тренинга

В третьем параграфе, согласно третьей частной гипотезе о том, что **«разные психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности, уровень жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояния личности), актуализированные в условиях разных типов социально-психологического тренинга, определяют разные варианты конструирования социальной идентичности менеджеров»**, проведено исследование конструирования социальной идентичности менеджеров после участия в мотивационном и рефлексивном социально-психологических тренингах.

В мотивационном тренинге принимали участие менеджеры, которых мы назвали эффективные менеджеры-«управленцы», решающие стратегически важные организационные вопросы и демонстрирующие выполнение необходимого уровня показателей. Среди эффективных менеджеров-«управленцев» (29 человек) выделены 18 менеджеров, у которых наблюдается высокий уровень жизнестойкости и низкий уровень переживания стресса, и 11 менеджеров, у которых наблюдается высокий уровень потребности в достижении и эго-состояние «Взрослый». В остальных изначально выделенных группах менеджеров, разделенных по степени выраженности психологических ресурсов, наблюдается незначительное количество человек.

3.3.1. Психологические ресурсы (уровень жизнестойкости и переживания стресса) конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях мотивационного тренинга

После участия в мотивационном тренинге у эффективных менеджеров-«управленцев» наблюдается повышение уровня переживания стресса ($N=35,33$, $p\text{-level}\leq 0,02$) на фоне отсутствия динамики жизнестойкости (таблица 26).

Таблица 26

Динамика жизнестойкости и уровня переживания стресса у менеджеров, участвовавших в мотивационном тренинге

Психологические ресурсы	Сумма рангов и средний ранг				Н-кр.
	До участия в тренинге		После участия в тренинге		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Жизнестойкость	81,0	7,8	55,0	7,25	6,63
Переживание стресса	50,0	2,5	86,0	4,83	35,33*

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

Менеджеры после участия в мотивационном тренинге стали больше реагировать на стрессовые ситуации. Полученные результаты не могут остаться без нашего внимания. Субъективный анализ результатов исследования позволяет нам предполагать, что тренинг спровоцировал необходимость ощущать условия внешних изменений и то, каким образом менеджерами корректируется поведение подчиненных сотрудников вследствие влияния рабочей ситуации.

Для менеджеров была исследована социальная идентичность (их социальные и персональные роли) при помощи методики РОССТЛ (Т-критерий Вилкоксона, факторный анализ), результаты исследования представлены в таблице 27.

Таблица 27

Исследование социальной идентичности эффективных менеджеров-«управленцев» до мотивационного тренинга и после него, по методике РОССТЛ

Социальная идентичность (социальные и персональные роли)	До участия в мотивационном тренинге			После участия в мотивационном тренинге		
	1 фактор	2 фактор	3 фактор	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я	0,65					0,67
Начальник-женщина		0,75				0,78
Кризейтор			0,89			0,71
Спасатель в кризисе	0,79					0,68
Доля объясненной дисперсии	31 %	22 %	11 %	41 %	12 %	11 %
Т-критерий Вилкоксона (T=77*)						
Образ Я	↓ R			↑ R		
	8			16		

Исследование этой группы менеджеров по методике РОССТЛ показало наличие структурной динамики социальной идентичности: выявлена динамика ранга показателя «Образ Я» (социальная идентичность) (Т-критерий Вилкоксона=77, $p \leq 0,05$). Социальная идентичность менеджеров после тренинга стала более сильной. Помимо взаимосвязи осознаваемой социальной идентичности с персональной ролью «Спасатель в кризисе», выявлена взаимосвязь с социальной ролью «Начальник-женщина» и персональной ролью «Кризэйтор» (% дисп. 64 %), результаты представлены в таблице 28 (факторный анализ, показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,548 и 37,25($p \leq 0,01$)).

Анализируя данные исследования, можно утверждать, что факторная структура социальной идентичности менеджеров после участия в тренинге содержит в себе отличия от факторной структуры социальной идентичности этой группы менеджеров до тренингового влияния.

Мотивационный тренинг позволил менеджерам расширить спектр ролей, с которыми они себя идентифицируют: изначальная идентификация с одной ролью (с персональной ролью) изменилась после участия в социально-психологическом тренинге, менеджеры стали идентифицировать себя с большим количеством ролей (как социальных, так и персональных). Выявленная совокупность социальных и персональных ролей получила название **«Начальник. Кризэйтор. Спасатель в кризисе»**.

Интерпретируя результаты, мы полагаем, что менеджеры после участия в тренинге определяют себя руководителями, способными формировать новые творческие идеи, они проявляют поведение, направленное на спасение команды / руководителей / компании в сложной для бизнеса ситуации.

В исследовании психологического ресурса эго-состояний личности, реализованного с помощью методики «Рефлексивный выбор» для выделенной группы менеджеров, представлены в таблице 28.

У менеджеров появилось эго-состояние «Взрослый» в осознании ценностной ориентации познания ($N=19,63$, $p\text{-level}\leq 0,05$). До мотивационного тренинга менеджеры идентифицировали себя с эго-состоянием «Взрослый» в осознании ценностных ориентаций развития и образования и эго-состоянием «Дитя» в осознании ценностной ориентации творчества.

Таблица 28

Динамика эго-состояний менеджеров, принимавших участие в мотивационном тренинге (по методике «Рефлексивный выбор»)

Эго-состояния личности	Сумма рангов и средний ранг в подгруппах менеджеров				Н-кр.
	До участия в мотивационном тренинге		После участия в мотивационном тренинге		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Взрослый / развитие	78,5	7	57,5	6,5	1,24
Взрослый / образование	70,5	6	65,5	6	0,71
Дитя / творчество	60,5	7	75,5	7,5	0,65
Взрослый / познание	86.0	8	50.0	5	19.63*

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

После участия в мотивационном тренинге менеджеры стали проявлять себя с позиции «Взрослый» в реализации большего количества ценностей: развития, образования и познания. Поскольку В.А. Петровский определяет познание как движение по границе между изведанным и неизведанным, мы можем интерпретировать полученные данные следующим образом: после участия в мотивационном тренинге менеджеры стали брать на себя ответственность в развитии собственного профессионализма не только через интеграцию информации, полученной из внешнего мира, но и опираясь на внутренние запросы исследования неизвестных ранее областей.

Таким образом, мотивационный тренинг в группе эффективных менеджеров-«управленцев» определил конструирование социальной идентичности менеджеров в рефлексии большего количества социальных и персональных ролей, благодаря рефлексии высокого уровня психологического ресурса – жизнестойкости, психологического ресурса –

эго-состояния «Взрослый» в реализации большего количества ценностей: развития, образования, и познания.

3.3.2. Психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности) конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях мотивационного тренинга

Выявлено отсутствие динамики уровня потребностей в достижении и безопасности у эффективных менеджеров-«управленцев», принимавших участие в мотивационном социально-психологическом тренинге.

Результаты исследования представлены в таблице 29.

Таблица 29

Динамика потребностей в достижении и безопасности менеджеров, принимавших участие в мотивационном тренинге

Психологические ресурсы	Сумма рангов и средний ранг				Н-кр.
	До участия в тренинге		После участия в тренинге		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Потребность в достижении	121,5	6,8	131,5	6,8	0,12
Потребность в безопасности	112	2,5	141	3,3	0,99

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

Исследование этой группы менеджеров по методике РОССТЛ показало отсутствие структурной динамики социальной идентичности: динамика ранга показателя «Образ Я» (социальная идентичность) не изменилась (Т-критерий Вилкоксона = 55, не зн.), результаты представлены в таблице 30. При исследовании структуры, проведенном с помощью факторного анализа, выявлено, что после Varimax-вращения выделено три фактора, описывающих 60 % дисперсии, выделенная осознаваемая социальная идентичность связана с социальной ролью «Начальник-мужчина» (σ_1 0,13). Идентификация с социальной ролью выявлена во втором факторе.

Таблица 30

Сравнение факторной структуры менеджеров до мотивационного тренинга и после него по методике РОССТЛ

Социальная идентичность (социальные и персональные роли)	До участия в тренинге			После участия в тренинге		
	1 фактор	2 фактор	3 фактор	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я	0,74				0,89	
Начальник-мужчина	0,72				0,75	
Начальник-женщина	0,69					
Востребованный сотрудник	0,61					0,69
Спасатель в кризисе	0,33					0,76
Доля объясненной дисперсии	41 %	11 %	10 %	35 %	13 %	12 %
	Т-критерий Вилкоксона (T=55, не зн.)					
Образ Я	↓ R			↑ R		
	7			8		

Исследование по методике «Рефлексивный выбор» с помощью Н-критерия Краскела-Уоллиса (таблица 31) показало меньшую выраженность ценностной ориентации власть при сохраненном психологическом ресурсе эго-состояния «Взрослый» (H=19,70, p-level≤0,05).

Таблица 31

Динамика эго-состояния менеджеров (по методике «Рефлексивный выбор»), принимавших участие в мотивационном тренинге

Социальная идентичность (эго-идентичность)	Сумма рангов и средний ранг в подгруппах менеджеров				Н-кр.
	До участия в тренинге		После участия в тренинге		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Взрослый / власть	154.5	9	98.5	8	19.70*

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

Подводя итоги параграфа, можно сделать вывод о том, что в исследуемой группе эффективных менеджеров-«управленцев» выявлена рефлексия сохранно высокого уровня жизнестойкости, потребностей в достижении и безопасности. Рефлексия психологического ресурса жизнестойкости определила структурную динамику социальной идентичности и вариант конструирования социальной идентичности в рефлексии большего количества социальных и персональных ролей. Рефлексия психологических ресурсов потребностей в достижении и

безопасности к структурной динамике социальной идентичности не привела. На наш взгляд, выявленные различия связаны с расширением репертуара осознаваемых ценностей, реализуемых с помощью эго-состояния «Взрослый», и, возможно, с появлением дополнительных смыслов конструирования менеджерами социальной идентичности.

Полученные результаты носят прикладной характер в области построения кадрового резерва предприятия: доказано, что жизнестойкость способствует принятию большего количества социальных и персональных ролей, а значит, формирует готовность менеджеров к переходу на другую должность или выполнению более широкого спектра разнообразных задач. Схематически результаты исследования представлены на рисунке 11.

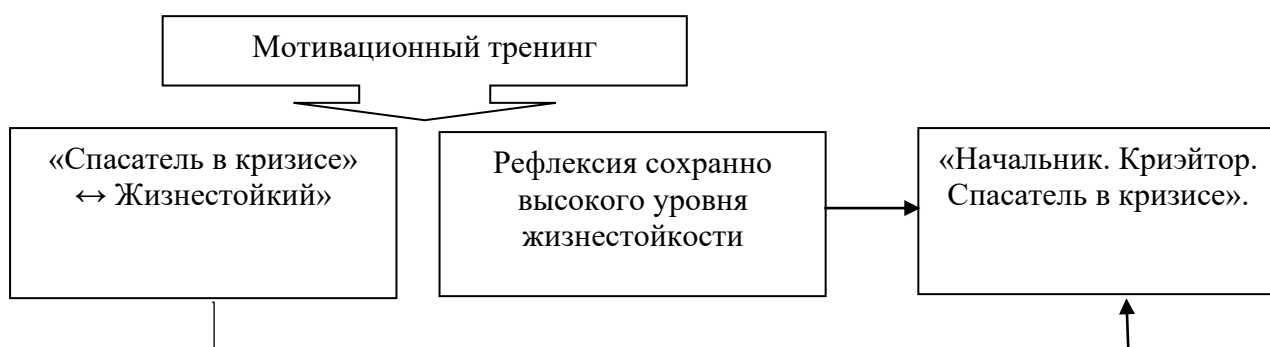


Рис. 11. Эффекты мотивационного тренинга

3.4. Эффекты рефлексивного социально-психологического тренинга

В рефлексивном социально-психологическом тренинге принимали участие менеджеры, которых мы назвали «менеджеры с пониженной эффективностью», не выполняющие по разным причинам поставленные плановые показатели и работающие в компании от года до трех лет в разных ее отделах и на разных территориях. Одной из задач рефлексивного социально-психологического тренинга была задача по адаптации менеджеров к условиям изменений, поскольку программа адаптации, существующая в компании, сформированная в 2009 г., не учитывает вызовов неопределенности, сложности, ответственности и разнообразия.

Среди «менеджеров с пониженной эффективностью» (20 человек) исследование проводилось для менеджеров с разной выраженностью психологических ресурсов. В тренинге принимали участие менеджеры с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса, менеджеры с высокими значениями жизнестойкости и переживания стресса, менеджеры с высоким уровнем потребности в достижении и безопасности

3.4.1. Психологические ресурсы (уровень жизнестойкости и переживания стресса) конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях рефлексивного социально-психологического тренинга

Для исследования конструирования социальной идентичности менеджеров проводился индивидуальный анализ результатов их диагностики.

В группе менеджеров с пониженной эффективностью выявлены менеджеры, которые были приглашены для участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге: менеджеры с низким уровнем жизнестойкости и высоким уровнем переживания стресса и менеджеры с высокими значениями психологических ресурсов (жизнестойкости и уровня переживания стресса).

Исследование факторной структуры каждой группы менеджеров до и после участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге показало наличие динамики социальных и персональных ролей, наполняющих структуру социальной идентичности. Результаты исследования представлены в таблицах 32 и 33.

Высокий уровень переживания стресса на фоне низкой жизнестойкости определяет динамику социальной идентичности менеджеров и свидетельствует об изменении структуры социальной идентичности в результате их участия в обучении. Осознаваемая социальная идентичность связана с социальными ролями «Начальник-женщина» и «Заместитель

начальника-женщина» (σ_1 0,13) во втором факторе. Общий процент дисперсии составляет – 62 %. До рефлексивного социально-психологического тренинга менеджеры идентифицировали себя с персональной ролью творческого сотрудника («Криэйтор»). Но исследование социальной идентичности с помощью Т-критерия Вилкоксона показало отсутствие динамики ранга показателя «Образ Я» (социальная идентичность) (Т-критерий Вилкоксона = 77, не зн.).

Таблица 32

Исследование социальной идентичности менеджеров с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса до рефлексивного социально-психологического тренинга и после него (по методике РОССТЛ)

Социальная идентичность	До участия в тренинге			После участия в тренинге		
	1 фактор	2 фактор	3 фактор	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я		0,75			0,74	
Начальник-женщина			0,72		0,71	
Заместитель начальника-женщина			0,71		0,84	
Криэйтор		0,75				-0,91
Доля объясненной дисперсии	41 %	14 %	12 %	37 %	13 %	12 %
	Т-критерий Вилкоксона (Т=77, не зн.)					
Образ Я	↓ R			↑ R		
	12			10		

У менеджеров с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса выявлена динамика показателя ранга «Образ Я» (социальная идентичность) (Т-критерий Вилкоксона = 12, $p \leq 0,01$). После тренинга социальная идентичность менеджеров («Образ Я») стала более сильной. Исследование, проведенное с помощью факторного анализа, выявило три фактора, описывающих 63 % дисперсии. Выявленная осознаваемая социальная идентичность связана с персональной ролью «Востребованный сотрудник» и социальной ролью «Заместитель начальника-мужчина» (σ_1 0,63). Наблюдаемая структурная динамика социальной идентичности менеджеров свидетельствует об изменении структуры социальной идентичности в

результате участия менеджеров в обучении. До участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге менеджеры определяли себя только с социальными ролями руководителей.

Таблица 33

Исследование социальной идентичности менеджеров с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса до участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге и после него (по методике РОССТЛ)

Социальная идентичность менеджеров	До участия в тренинге		После участия в тренинге		
	1 фактор	2 фактор	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ Я	0,74		0,76		
Начальник-мужчина	0,66		0,49		
Начальник-женщина	0,67				0,69
Заместитель начальника-мужчина	0,73		0,71		
Востребованный сотрудник	0,47		0,75		
Доля объясненной дисперсии	48 %	21 %	38 %	14 %	11 %
Т-критерий Вилкоксона (T=12*)					
Образ Я	↓ R		↑ R		
	5		10		

Дальнейшее исследование было реализовано для изучения эго-состояний личности по методике «Рефлексивный выбор» с помощью Н-критерия Краскела-Уоллиса, результаты представлены в таблице 34.

Результаты исследования демонстрируют, что у менеджеров с изначально низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса появилось эго-состояние «Взрослый» в выборе ценностной ориентации познания ($N=14,73$, $p\text{-level}\leq 0,05$). До тренинга было выявлено эго-состояние «Дитя» в осознании ценностных ориентаций познания и денег. У менеджеров с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса выявлено эго-состояние «Дитя» в осознании ценностной ориентации творчества ($N=16,90$, $p\text{-level}\leq 0,01$) и динамика эго-состояния «Взрослый» в осознании ценностной ориентации развития ($N=16,90$, $p\text{-level}\leq 0,01$).

Таблица 34

Динамика эго-состояний менеджеров с разным уровнем жизнестойкости и переживания стресса до и после участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге

Эго-состояния личности	Сумма рангов и средний ранг				Н-кр.
	До участия в тренинге		После участия в тренинге		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Менеджеры с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса					
Взрослый / познание	63,5	9	49,5	7	14,73*
Дитя / познание	55,0	8	50,0	7	10,01
Дитя / деньги	45,5	8	51,5	7	9,06
Менеджеры с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса					
Взрослый / развитие	54,0	7	45,0	4,4	16,90**
Ребенок / творчество	85,5	8	67,5	5,8	16,90**

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

Дальнейшее исследование направлено на изучение вариантов взаимосвязи психологических ресурсов и структуры социальной идентичности. Результаты исследования, реализованного с помощью методики РОССТЛ, представлены в таблице 35. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,571 и 0,576, и 36,05 и 35,15($p \leq 0,01$).

Таблица 35

Социальная идентичность менеджеров с пониженной эффективностью, выявленная с помощью методики РОССТЛ, связанная с психологическим ресурсом – уровнем переживания стресса

Социальная идентичность менеджеров	Менеджеры с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса	
	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»	0,88	
Начальник-женщина	0,88	
Заместитель начальника-женщина	0,91	
Жизнестойкость		
Переживание стресса		0,56
Доля объясненной дисперсии	51 %	17 %
Менеджеры с высокими жизнестойкостью и уровнем переживания стресса		
Образ «Я»	0,99	
Заместитель начальника-мужчина	0,74	
Востребованный сотрудник	0,92	
Жизнестойкость		-0,99
Переживание стресса	-0,96	
Доля объясненной дисперсии	51 %	28 %

Социальная идентичность менеджеров с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса связана с психологическими ресурсами.

Так, выделен первый фактор, получивший название **«Заместитель начальника. Востребованный сотрудник ↔ Адаптированный»**. Структура социальной идентичности связана с социальной ролью «Заместитель начальника-мужчина», персональной ролью «Востребованный сотрудник», взаимосвязанной с психологическим ресурсом – уровнем переживания стресса (σ_1 0,51).

Анализируя полученные результаты, мы выявили, что актуализация психологического ресурса – уровня переживания стресса у менеджеров определяет конструирование социальной идентичности менеджеров. Такие менеджеры определяют себя реагирующими на стрессовые рабочие ситуации и совладающими с ними, демонстрируя профессиональную позицию готового к подчинению сотрудника, востребованного в организации. На наш взгляд, подобная структура социальной идентичности описывает сотрудника с готовностью к изменениям и стрессовым ситуациям на работе.

Результаты исследования взаимосвязи эго-состояния личности как психологических ресурсов со структурой социальной идентичности, реализованного с помощью методики «Рефлексивный выбор», представлены в таблице 36.

Социальная идентичность менеджеров с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса включает в себя взаимосвязь эго-состояния «Взрослый» в рефлексии ценностной ориентации развития и психологического ресурса – уровень переживания стресса (σ_1 0,37) во втором факторе. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,576 и 35,15 ($p \leq 0,01$). Полученный фактор получил название **«Взрослый ↔ Адаптированный»**.

В группе менеджеров с изначально низким уровнем жизнестойкости и высоким уровнем переживания стресса отсутствует взаимосвязь психологических ресурсов с эго-состояниями и социальной идентичностью.

Таблица 36

Эго-состояния менеджеров, связанные с социальной идентичностью и психологическими ресурсами уровнем жизнестойкости и переживания стресса

Социальная идентичность	Менеджеры с низкой жизнестойкостью и высоким уровнем переживания стресса		Менеджеры с высокими уровнями жизнестойкости и переживания стресса	
	1 фактор	2 фактор	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»		0,89		
Взрослый / развитие				
Жизнестойкость	-0,91			
Переживание стресса	0,96			
Доля объясненной дисперсии	48 %	26 %		
Образ «Я»				0,99
Взрослый / развитие				0,83
Дитя / творчество			0,99	
Жизнестойкость			0,97	
Переживание стресса				0,98
Доля объясненной дисперсии			43 %	37 %

Результаты исследования показывают, что у менеджеров с изначально высоким уровнем жизнестойкости и переживания стресса наблюдается взаимосвязь осознаваемой социальной идентичности с эго-состоянием «Взрослый» и психологическим ресурсом – уровнем переживания стресса. После участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге менеджеры стали более адаптированы к рабочим нагрузкам. Поскольку переживание стресса взаимосвязано с осознаваемой социальной идентичностью, это послужило ресурсом для идентификации с эго-состоянием «Взрослый» и принятия ответственности за собственное профессиональное развитие.

Таким образом, рефлексивный социально-психологический тренинг, программа которого сформирована с учетом индивидуальных запросов участников, определяет конструирование социальной идентичности

менеджеров. Выявлено, что рефлексия дефицитарного психологического ресурса (уровня переживания стресса) актуализировалась в процессе обучения и повлияла на конструирование социальной идентичности с осознанием ролей «Заместитель начальника» и «Востребованный сотрудник». Актуализация взаимосвязи осознаваемой социальной идентичности с эго-состоянием «Взрослый» и психологическим ресурсом (уровень переживания стресса) определила вариант конструирования социальной идентичности менеджерами по итогам тренинга.

3.4.2. Психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности) конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях рефлексивного социально-психологического тренинга

Социальная идентичность менеджеров с пониженной эффективностью, у которых наблюдается высокий уровень потребности в достижении и безопасности, после их участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге, изменилась. Результаты исследования представлены в таблицах 37 и 38.

Исследование социальной идентичности с помощью методики РОССТЛ показало отсутствие осознаваемой социальной идентичности менеджеров с предложенным спектром ролей после участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге (σ_1 0,11). Полученные результаты позволяют нам наблюдать динамику социальной идентичности менеджеров. До тренинга менеджеры идентифицировали себя с персональной ролью «Криэйтор», после участия в тренинге мы видим совсем иную картину структуры социальной идентичности. Но наблюдается динамика показателя ранга «Образ Я» (социальная идентичность) в этой группе менеджеров ($T=10, p \leq 0,01$).

Таблица 37

Исследование социальной идентичности менеджеров с высокими уровнями психологических ресурсов (потребностей в достижении и безопасности) до рефлексивного социально-психологического тренинга и после него (по методике РОССТЛ)

Социальная идентичность менеджеров	До участия в тренинге			После участия в тренинге		
	1 фактор	2 фактор	3 фактор	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ «Я»			0,74			0,94
Начальник-женщина		0,68			-0,74	
Криэйтор			0,85		0,81	
Востребованный сотрудник	0,75			-0,78		
Доля объясненной дисперсии	31 %	23 %	11 %	44 %	23 %	11 %
	Т-критерий Вилкоксона (Т=10*)					
Образ Я	↓ R			↑ R		
	3			11		

Результаты исследования по методике «Рефлексивный выбор», полученные после прохождения менеджерами тренинга, выявили эго-состояние «Взрослый» в реализации ценностной ориентации карьеры (N=20,99, p-level≤0,02). До тренинга менеджеры обладали социальной идентичностью, связанной с эго-состоянием «Родитель» в осознании ценностной ориентации развития.

Таблица 38

Динамика эго-состояний менеджеров с разным уровнем выраженности психологических ресурсов (потребностей в достижении и безопасности) до и после участия в тренинге

Эго-идентичность	Сумма рангов и средний ранг				Н-кр.
	До участия в тренинге		После участия в тренинге		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Взрослый / карьера	99,0	11	63,0	7	20,99*
Родитель / развитие	45,5	5	90,5	10	10,25

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

Результаты исследования конструирования социальной идентичности менеджеров до и после участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге позволяют нам обратиться к изучению взаимосвязи психологических ресурсов уровня потребности в достижении и безопасности

с социальной идентичностью и эго-состояниями личности. Результаты обследования менеджеров представлены в таблице 39.

Осознаваемая социальная идентичность менеджеров связана с психологическим ресурсом – эго-состоянием «Взрослый» в выборе ценностной ориентации карьеры и психологическим ресурсом – уровнем потребности в безопасности ($\sigma_1 0,56$) в первом факторе, при общем проценте дисперсии в 87 %. Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,600 и 26,17 ($p \leq 0,01$). Этот фактор получил название «Взрослый ↔ В безопасности».

Таблица 39

Социальная идентичность менеджеров с пониженной эффективностью, взаимосвязанная с эго-состоянием личности и психологическим ресурсом – потребность в безопасности

Социальная идентичность	Менеджеры с высокой мотивацией достижения и безопасности	
	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»	0,97	
Взрослый / карьера	0,86	
Уровень потребности в безопасности	0,97	
Уровень потребности в достижении		0,85
Доля объясненной дисперсии	56 %	31 %

Анализируя полученные результаты, мы можем утверждать о том, что менеджеры с изначально высокими уровнями потребностей в достижении и безопасности после участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге стали чувствовать себя в большей безопасности, решив принимать на себя ответственность за формирование карьеры в компании. То есть они стали понимать возможность удовлетворения своих потребностей в их деятельности в компании.

Схематически эффекты рефлексивного социально-психологического тренинга в виде варианта конструирования социальной идентичности менеджерами представлены на рисунке 12. В целом, можно говорить о том,

что рефлексивный социально-психологический тренинг формирует условия для конструирования социальной идентичности менеджерами на основе взаимосвязи психологического ресурса потребности в безопасности и эго-состояния «Взрослый».

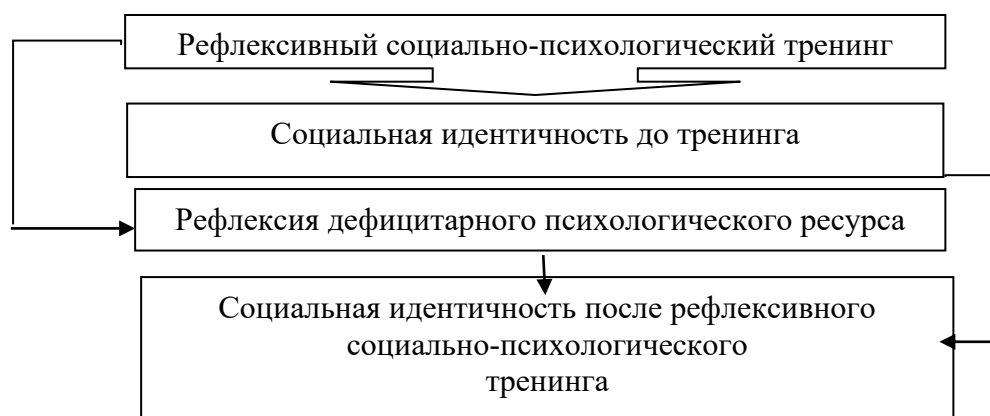


Рис. 12. Схема влияния рефлексивного социально-психологического тренинга

После участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге рефлексия дефицитарно значимых психологических ресурсов определила два варианта конструирования социальной идентичности менеджерами: от статусных управленческих ролей к идентификации с ролями «Заместитель начальника» и «Востребованный сотрудник» (в рефлексии дефицитарных ресурсов – уровня переживания стресса и эго-состояния «Взрослый») и от роли «Кризейтор» к осознаваемой социальной идентичности, связанной с рефлексией дефицитарных ресурсов – уровня потребности в безопасности и эго-состояния «Взрослый».

Полученные результаты свидетельствуют о том, что обучение, сформированное на основе индивидуальных запросов менеджеров, способствует быстрому освоению новых компетенций: в результате обучения менеджеры актуализировали психологические ресурсы (переживание стресса, потребность в безопасности и эго-состояние «Взрослый») и сконструировали варианты актуальной контексту социальной идентичности («Заместитель начальника. Востребованный сотрудник ↔ Адаптированный»;

«Взрослый ↔ Адаптированный»; «Взрослый ↔ В безопасности»)).
Результаты исследования представлены на рисунке 13.



Рис. 13. Эффекты рефлексивного социально-психологического тренинга

Выявленная социальная идентичность предоставляет возможности для менеджеров с пониженной эффективностью улучшить результаты деятельности в компании, благодаря сформированному иному пониманию образа эффективного менеджера.

Результаты исследования показывают, что третья частная гипотеза подтвердилась. Разные психологические ресурсы, актуализированные в условиях разных типов тренинга, определяют разные варианты конструирования социальной идентичности менеджеров: после участия в мотивационном тренинге рефлексия высокого уровня жизнестойкости определяет конструирование социальной идентичности менеджеров в осознании большего количества ролей (от одной роли «Спасатель в кризисе» до тренинга к трем ролям: «Начальник. Криэйтор. Спасатель в кризисе»); после участия в рефлексивном социально-психологическом тренинге рефлексия дефицитарно значимых психологических ресурсов определяет два варианта конструирования социальной идентичности менеджеров: от статусных управленческих ролей к идентификации с ролями «Заместитель начальника» и «Востребованный сотрудник» (в рефлексии ресурсов – уровня

переживания стресса и эго-состояния «Взрослый») и от роли «Кризисатор» к осознаваемой социальной идентичности, связанной с рефлексией уровня потребности в безопасности и эго-состояния «Взрослый».

Полученные результаты исследования показывают необходимость выделения разных типов социально-психологического тренинга для менеджеров с изначально разным уровнем развития навыков эффективности. Доказано, что выделение типов социально-психологических тренингов позволяет усреднить процесс развития навыков эффективности менеджеров и сделать изменения в компании наиболее эффективными и менее стрессовыми.

Результаты диссертационного исследования эмпирически обосновывают вариант реализации одновременных и разнонаправленных запросов на обучение (от менеджеров и руководителей организаций) в совмещении разных типов тренинга.

Исследование вариантов конструирования социальной идентичности разными категориями сотрудников в условиях разных типов социально-психологического тренинга показало, что менеджеры, принимавшие участие в тренингах, выбрали принятие социальной идентичности, позволяющей эффективно выполнять поставленные задачи, в целом, а в частности, результат тренинга для каждой категории сотрудников оказался индивидуальным.

Результаты диссертационного исследования могут быть использованы при подготовке и реализации программ социально-психологического тренинга в организации.

3.5. Психологические ресурсы конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях практической деятельности

В соответствии с четвертой частной гипотезой, **«в практической деятельности возможен эффект стихийного конструирования социальной идентичности менеджеров, однако не связанный с**

выбранными психологическими ресурсами», в текущем параграфе отражены результаты исследования менеджеров-«эффективных заместителей руководителя».

Социальная идентичность менеджеров и их психологические ресурсы (уровень жизнестойкости и переживания стресса, уровень потребности в достижении и безопасности, эго-состояния личности) изучались в ситуации практической деятельности.

Социальная идентичность и психологические ресурсы менеджеров в ситуации практической деятельности измерялись два раза. Интервал между первым и вторым замером составил 2 недели. Менеджеры-«эффективные заместители руководителя» выполняют индивидуальные плановые показатели, работают в компании от 3 месяцев до 10 лет, находятся в подчинении эффективных менеджеров-«управленцев».

Практическая деятельность менеджеров заключалась в реализации управленческого функционала на вверенной территории: планирование деятельности команды, организация её работы, в том числе, трансляция поступающих для территории задач от высшего руководства, мотивация персонала, обучение и развитие подчиненных сотрудников, контроль выполнения индивидуальных плановых показателей сотрудников и командного плана на вверенной территории.

Среди менеджеров-«эффективных заместителей руководителя» (30 человек) наблюдается разная выраженность психологических ресурсов (уровень жизнестойкости и переживания стресса, уровень потребности в достижении и безопасности, эго-состояния личности).

В изучении психологических ресурсов менеджеров в период проведения исследования выявлено отсутствие их динамики, результаты представлены в таблице 40.

Таблица 40

**Динамика психологических ресурсов менеджеров в условиях
практической деятельности**

Психологические ресурсы	Сумма рангов и средний ранг в подгруппах менеджеров				Н-кр.
	Первый замер		Второй замер		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Жизнестойкость	41	7,8	37	7,5	10,12
Уровень переживания стресса	37	2,5	39	3,3	19,01
Потребность в достижения	81	14,4	55	9,5	32,03
Потребность в безопасности	121,5	26,0	131,5	27,0	20,12

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

Исследование по методике «Рефлексивный выбор» показало динамику эго-состояния «Дитя» в осознании ценностной ориентации игры ($N=43,78$, $p\text{-level} \leq 0,05$) и эго-состояния «Родитель» в осознании ценностной ориентации карьеры ($N=50,90$, $p\text{-level} \leq 0,01$). Результаты исследования динамики эго-состояний личности менеджеров и ее динамики при первом и втором замерах представлены в таблице 41.

Таблица 41

**Динамика эго-состояния менеджеров в условиях практической
деятельности (по методике «Рефлексивный выбор»)**

Эго-идентичность в процессе рефлексивного выбора ценностей	Сумма рангов и средний ранг в подгруппах менеджеров				Н-кр.
	До участия в тренинге		После участия в тренинге		
	Σ рангов	ср. ранг	Σ рангов	ср. ранг	
Дитя / игра	180,0	6	242,0	4	43,78*
Родитель / карьера	360,5	13	275,5	9	50,90**

Примечание: ** – значимо при 0,01, * – значимо при 0,05.

Обследование по методике РОССТЛ показало наличие динамики социальной идентичности менеджеров (социальные и персональные роли) и динамики ранга показателя «Образ Я» (социальная идентичность).

Исследование, проведенное с помощью Т-критерия Вилкоксона, показало отсутствие динамики ранга показателя «Образ Я» (социальная идентичность) ($T = 241$, не зн.). При первом замере структура социальной идентичности менеджеров связана с социальными ролями «Начальник-

мужчина» и «Заместитель начальника-мужчина» в первом факторе (σ_1 0,42). Данные описывают 63 % дисперсии.

При втором замере менеджеры идентифицируют себя с персональной ролью «Спасатель в кризисе» в первом факторе (σ_1 0,55). Данные описывают 78 % дисперсии. Факторная структура социальной идентичности изменилась в выборе идентификации с социальных ролей на персональные (таблица 42).

Таблица 42

Динамика факторной структуры социальной идентичности менеджеров в условиях практической деятельности (по методике РОССТЛ)

Социальная идентичность менеджеров	Первый замер		Второй замер		
	1 фактор	2 фактор	1 фактор	2 фактор	3 фактор
Образ «Я»	0,68		0,86		
Начальник-мужчина	0,73			0,65	
Начальник-женщина		-0,79		0,76	
Заместитель начальника-мужчина	0,68				
Спасатель в кризисе			0,87		
Доля объясненной дисперсии	42 %	21 %	55 %	12 %	11 %
	Т-критерий Вилкоксона (T=241, не зн)				
Образ Я	↓ R		↑R		
	14		16		

Исследование взаимосвязи психологических ресурсов (уровень жизнестойкости и переживания стресса, уровень потребности в достижении и безопасности, эго-состояния личности) показало отсутствие взаимосвязи осознаваемой социальной идентичности с психологическими ресурсами (таблица 43). С помощью факторного анализа выявлено два фактора, во втором факторе социальная идентичность менеджеров-«эффективных заместителей руководителя» связана с социальной ролью «Спасатель в кризисе» (σ_1 0,27). Показатель адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина и тест Бартлетта на сферичность составляют 0,581 и 45,12 ($p \leq 0,01$).

Таблица 43

**Факторная структура взаимосвязи психологических ресурсов со
структурой социальной идентичности менеджеров в условиях
практической деятельности**

Социальная идентичность	1 фактор	2 фактор
Образ «Я»		-0,60
Спасатель в кризисе		-0,84
Дитя / игра	-0,60	
Жизнестойкость	0,98	
Уровень переживания стресса	0,96	
Потребность в безопасности	0,95	
Доля объясненной дисперсии	52 %	27 %

Подводя итоги параграфа, можно сделать вывод о том, что конструирование социальной идентичности менеджеров-«эффективных заместителей руководителя» носит стихийный характер в условиях их практической деятельности. Таким образом, четвертая частная гипотеза подтвердилась. Выявленная закономерность влияния практической деятельности на специфику конструирования социальной идентичности может быть темой дальнейшего исследования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленном исследовании реализована цель – изучены психологические ресурсы конструирования социальной идентичности менеджеров.

Основная гипотеза исследования о том, что психологические ресурсы (уровень потребностей в достижении и безопасности, уровень жизнестойкости и переживания стресса, эго-состояния личности), актуализированные в условиях социально-психологического тренинга, определяют варианты конструирования социальной идентичности менеджеров, подтверждена.

Конструируемая социальная идентичность как динамический и множественный феномен включает в себя актуальные психологические ресурсы и отвечает актуальному запросу субъекта в данной ситуации деятельности. В исследовании показаны изменения менеджеров в условиях разных типов социально-психологического тренинга и практической деятельности, отвечающих социально-психологическим запросам руководителей и индивидуальным запросам менеджеров.

В исследовании реализована теоретическая задача, заключающаяся в анализе теоретических и эмпирических исследований динамики социальной идентичности (социальных и персональных ролей), конструирования социальной идентичности; выбраны психологические ресурсы, предположительно связанные с конструированием социальной идентичности менеджеров.

В исследовании реализована методическая задача формирования авторской теоретико-эмпирической модели психологических ресурсов, обеспечивающих конструирование социальной идентичности менеджеров в условиях разных типов социально-психологического тренинга и практической деятельности.

Решены эмпирические задачи исследования по определению и описанию структуры социальной идентичности менеджеров (социальных и

персональных ролей), обладающих разными психологическими ресурсами; по определению и описанию психологических ресурсов, обеспечивающих варианты конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях мотивационного и рефлексивного социально-психологического тренинга; по определению и описанию психологических ресурсов, обеспечивающих варианты конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях практической деятельности.

Комплексно изучена проблема конструирования социальной идентичности менеджеров. Комплексность изучения определена попыткой сочетать спонтанность структурной динамики социальной идентичности и рефлексии психологических ресурсов, актуализированных в условиях разных типов социально-психологического тренинга, для конструирования социальной идентичности менеджеров.

Доказано, что разные социально-психологические запросы (от руководителей компании и от менеджеров) могут быть реализованы с помощью разных программ тренинга (с теоретической моделью в качестве основания или составленной по индивидуальным запросам менеджеров) с одинаковой эффективностью: в качестве эффекта разных типов социально-психологического тренинга выступает актуализация разных психологических ресурсов, обеспечивающих разные варианты конструирования социальной идентичности менеджеров, актуальные в ситуационном контексте понимания эффективности менеджеров. Выявлены варианты конструирования социальной идентичности менеджеров: «Начальник. Криэйтор. Спасатель в кризисе ↔ Жизнестойкий»; «Заместитель начальника, Востребованный сотрудник ↔ Взрослый ↔ Адаптированный»; «Я ↔ Взрослый ↔ В безопасности».

В процессе диссертационного исследования предпринята попытка рассмотреть проблему психологических ресурсов, обеспечивающих варианты конструирования социальной идентичности менеджеров с перспективы социального конструктивизма как сознательного и

бессознательного процесса определения себя, заключающегося в принятии социальной идентичности, в условиях социально-психологического тренинга. Сформированная авторская теоретико-эмпирическая модель психологических ресурсов конструирования социальной идентичности менеджеров описывает три варианта конструирования менеджерами социальной идентичности. Варианты конструирования социальной идентичности отражают сочетание рефлексии психологических ресурсов и структурной динамики социальной идентичности для конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях разных типов социально-психологического тренинга и практической деятельности.

Полученные результаты, свидетельствующие о различии структуры социальной идентичности менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами, могут быть использованы социальными психологами, руководителями отдела обучения и персонала в консультировании, при обучении менеджеров компаний, при найме персонала.

Исследование эффектов мотивационного тренинга носит прикладной характер в области построения кадрового резерва предприятия: доказано, что актуализация жизнестойкости способствует осознанию большего количества социальных и персональных ролей, а значит, формирует готовность менеджеров к переходу на другую должность или выполнению более широкого спектра разнообразных задач; доказано, что обучение, сформированное на основе индивидуальных запросов менеджеров, способствует быстрому освоению новых компетенций: в результате обучения менеджеры осознали психологические ресурсы (переживание стресса, потребность в безопасности и эго-состояние «Взрослый») и сконструировали варианты актуальной социальной идентичности («Заместитель начальника. Востребованный сотрудник ↔ Адаптированный»; «Взрослый ↔ Адаптированный»; «Взрослый ↔ В безопасности»).

Результаты исследования эффектов обучения показывают необходимость выделения разных типов социально-психологического тренинга для менеджеров с изначально разным уровнем психологических ресурсов, что позволяет усреднить процесс развития навыков эффективности менеджеров и сделать изменения в компании наиболее эффективными и менее стрессовыми.

Результаты исследования эмпирически обосновывают вариант реализации одновременных и разнонаправленных запросов на обучение (от менеджеров и руководителей) в совмещении разных типов тренинга: доказано, что менеджеры, принимавшие участие в тренингах, осознают социальную идентичность, позволяющую эффективно выполнять поставленные задачи, в целом, а в частности, результат тренинга для каждой категории сотрудников оказался индивидуальным. Полученные результаты могут быть использованы при подготовке и реализации программ социально-психологического тренинга в организации.

В результате проведенного диссертационного исследования сформулированы следующие **выводы**:

1. Предложенная в исследовании авторская теоретико-эмпирическая модель была подтверждена анализом эмпирических результатов. Модель описывает вариант конструирования социальной идентичности менеджеров: во-первых, «конструирование обогащенной социальной идентичности», описывающий сочетание рефлексии высокого уровня психологических ресурсов и структурной динамики социальной идентичности, заключающийся в принятии менеджерами большего количества социальных и персональных ролей (в процессе мотивационного тренинга); во-вторых, вариант «конструирование актуальной контексту социальной идентичности», описывающий сочетание рефлексии дефицитарно значимых психологических ресурсов и структурной динамики социальной идентичности, заключающейся в появлении актуальных, соответствующих контексту социальных и персональных ролей (в процессе рефлексивного

социально-психологического тренинга); в-третьих, вариант «стихийное конструирование социальной идентичности» в процессе практической деятельности.

2. В результате исследования были выявлены различия структуры социальной идентичности (социальных и персональных ролей) менеджеров, обладающих специфическими психологическими ресурсами. Доказано, что у менеджеров с высоким уровнем жизнестойкости и низким уровнем переживания стресса структура социальной идентичности включает в себя персональную роль «Спасатель в кризисе», связанную с психологическим ресурсом – уровнем жизнестойкости. Выявлено, что у менеджеров с высоким уровнем потребности в достижении структура социальной идентичности включает в себя персональную роль «Начальник», связанную с психологическими ресурсами – уровнем потребности в достижении и эго-состоянием «Взрослый».

3. В представленном исследовании доказано, что разные психологические ресурсы, актуализированные в условиях разных типов тренинга, определяют разные варианты конструирования социальной идентичности менеджеров. Выявлено, что у менеджеров после участия в мотивационном тренинге рефлексия высокого уровня жизнестойкости определила вариант конструирования социальной идентичности менеджеров от одной роли к спектру ролей («Начальник», «Криэйтор» и «Спасатель в кризисе»), связанных с жизнестойкостью. Доказано, что рефлексия изначально дефицитных психологических ресурсов (уровня переживания стресса, потребности в безопасности и эго-состояния «Взрослый») в условиях рефлексивного социально-психологического тренинга определила два варианта конструирования социальной идентичности менеджеров: от статусных управленческих ролей к идентификации с ролями «Заместитель начальника» и «Востребованный сотрудник» и от роли «Криэйтор» к социальной идентичности без идентификации с предложенным спектром социальных и персональных ролей.

4. Выявлен эффект стихийного конструирования социальной идентичности менеджеров в условиях практической деятельности при отсутствии значимой динамики выбранных психологических ресурсов и конструирования социальной идентичности от управленческих ролей к роли «Спасатель в кризисе», что отражает область дальнейших исследований.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдуллин, А.Г. «Образ Я» как предмет в зарубежной и отечественной психологии / А.Г. Абдуллин, Е.Р. Тумбасова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2021. – № 6. – С. 4–11.
2. Абдуллин, А.Г. Социально-психологические аспекты управления персоналом: учебное пособие для руководителей / А.Г. Абдуллин. – Магнитогорск: МаГУ, 2010. – 298 с.
3. Абдуллин, А.Г. Социально-психологические последствия крупномасштабных техногенных катастроф в отдаленном периоде: дис. ... д-ра психол. наук / А.Г. Абдуллин. – Магнитогорск, 2006. – 447 с.
4. Аксеновская, Л.Н. Модель ордерной технологии изменения организационной культуры / Л.Н. Аксеновская // Российский психологический журнал. – 2008. – Т. 5, № 1. – С. 33–44.
5. Андреева, Г.М. К вопросу о кризисе идентичности в условиях социальных трансформаций / Г.М. Андреева // Психологические исследования. – 2011. – № 6 (20). – С. 1. – URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 28.04.2023).
6. Андреева, Г.М. Трудности социального познания: «образ мира» или реальный мир? / Г.М. Андреева, А.И. Донцова // Социальная психология в современном мире. – М., 2002. – С. 182–203.
7. Асмолов, А.Г. Историко-эволюционный синтез: взаимная помощь как фактор эволюции / А.Г. Асмолов, Е.Д. Шехтер, А.М. Черноризов // Вопросы психологии. – 2013. – № 6. – С. 3–13.
8. Асмолов, А.Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров / А.Г. Асмолов. – Воронеж: МОДЭК, 1996. – 768 с.
9. Бодров, В.А. Проблема преодоления стресса. Ч. 2: Процессы и ресурсы преодоления стресса / В.А. Бодров // Психологический журнал. – 2006. – Т. 27, № 2. – С. 113–123.

10. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров. – М.: Академия, 2015. – 320 с.
11. Базарова, Г.Т. Теория и практика создания тренинга. Конструктор для тренера / Г.Т. Базарова. – М.: Олимп-Бизнес, 2020. – 302 с.
12. Байман, З. Индивидуализированное общество / З. Байман. – М.: Логос, 2002. – 125 с.
13. Бакли, Р. Теория и практика тренинга / Р. Бакли, Дж. Кейпл. – СПб.: Питер, 2002. – 230 с.
14. Белинская, Е.П. Динамика представлений человека о себе: история изучения и современное состояние проблемы / Е.П. Белинская // Психолог. – 2013. – № 4. – С. 1–51.
15. Белинская, Е.П. Изменчивость Я: кризис идентичности или кризис знания о ней? / Е.П. Белинская // Психологические исследования. – 2015. – Т. 8, № 40.
16. Белинская, Е.П. Современные исследования идентичности: от структурной определенности к процессуальности и незавершенности / Е.П. Белинская // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология и педагогика. – 2018. – Т. 8, № 1. – С. 6–15.
17. Белинская, Е.П. Соотношение социальных и персональной идентичностей: современное состояние проблемы / Е.П. Белинская // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 5–11.
18. Бодров, В.А. Психологический стресс: развитие и преодоление / В.А. Бодров. – М.: ПерСэ, 2006. – 528 с.
19. Брыксина, О.Ф. Отношение учителей к цифровизации образования в контексте влияния на личность школьника: разработка модели опросника / О.Ф. Брыксина, Г.В. Акопов, В.А. Бирюлин, Д.В. Лубовский // Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (DHTE 2024): сборник статей V международной научно-практической конференции; под ред. В.В. Рубцова, М.Г. Сороковой, Н.П. Радчиковой. – М.: Изд-во ФГБОУ ВО МГППУ, 2024. – С. 576–591.

20. Быховец, Ю.В. Пандемия COVID-19 как многофакторная психотравмирующая ситуация / Ю.В. Быховец, Л.Б. Коган-Лернер // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2020. – Т. 5, № 2 (18). – С. 115–153.

21. Ван Дик, Р. Общая идентичность в ситуации организационного стресса и изменений / Р. Ван Дик, В. Чампа, Ш. Лян // *Current Opinion in Psychology*. – 2003. – 142 с.

22. Ван Тондер, Кл. От идентичности к организации идентичности: эволюция концепции / Кл. Ван Тондер, В. Лессинг // *SA Journal of Industrial Psychology*. – 2003. – № 29. – С. 20–28.

23. Василюк, Ф.Е. Типология переживания различных критических ситуаций / Ф.Е. Василюк // *Психологический журнал*. – 1995. – № 1. – С. 104–114.

24. Вачков, И.В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники: учебное пособие / И.В. Вачков. – М.: Осъ-89, 2001. – 224 с.

25. Вершинина, Т.С. Влияние деловой игры на формирование внутреннего лексико-семантического контекста речевого поступка: эмпирическое исследование / Т.С. Вершинина, Н.В. Жукова // *Перспективы науки и образования*. – 2024. – № 67. – Вып 1. – С. 136–151.

26. Водопьянова, Н.Е. Интрасубъектные ресурсы жизнестойкости руководителей зрелого возраста / Н.Е. Водопьянова, Г.С. Никифоров, Е.А. Столярчук // *Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития*; отв. ред. А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова. – М.: Институт психологии РАН, 2017. – С. 921–927.

27. Водопьянова, Н.Е. Психодиагностика стресса / Н.Е. Водопьянова. – СПб.: Питер, 2009. – 336 с.

28. Водопьянова, Н.Е. Стресс-менеджмент: учебник для бакалавриата и магистратуры / Н.Е. Водопьянова. – М.: Юрайт, 2018. – 283 с.

29. Волков, Р.С. Актуальные направления зарубежных исследований идентичности подростков / Р.С. Волков, М.Е. Сачкова // Современная зарубежная психология. – 2022. – Т. 11, №2. – С. 122–130.

30. Волкова, Н.А. Глобальная идентификация: подходы к изучению и перспективы исследований / Н.А. Волкова, Т.А. Нестик// Глобалистика-2020: Глобальные проблемы и будущее человечества: сборник статей Международного научного конгресса. – М., 2020. – С. 787–793

31. Галочкина, Д.А. Здоровый образ жизни и жизнестойкость современных студентов / Д.А. Галочкина, М.Е. Пермякова // Психология образования: современный вектор развития: монография; ред. И.А. Ершова, С.Б. Малых, Т.Н. Тихомирова. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2020. – С. 216–227.

32. Глухов, П.С. Социально-психологические характеристики инновационного лидерства менеджеров: автореф. дис. ... канд. психол. наук / П.С. Глухов. – Саратов, 2017. – 27 с.

33. Глухов, П.С. Управленческие ориентации в отношении персонала и ценностно-смысловая оценка сотрудников менеджерами производственных предприятий / П.С. Глухов, В.Г. Грязева-Добшинская // Психология. Психофизиология. – 2018. – Т. 11, № 4. – С. 5–11.

34. Григорьева, М.В. Диахронический подход к исследованию процессов социально-психологической адаптации личности / М.В. Григорьева // Философия. Психология. Педагогика. – 2013. – Т. 13, № 1. – С. 54–58.

35. Григорьева, М.В. Понятийный аппарат психологии адаптации личности / М.В. Григорьева // Акмеология образования. Психология развития. – 2014. – Т. 3. – Вып. 3 (11). – С. 259–261.

36. Гриценко, В.В. «Ретроспективное становление этнической идентичности в детском возрасте» на примере анализа автобиографий старшеклассников / В.В. Гриценко, Н.В. Муращенкова, М.Н. Ефременкова //

Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. – 2023. – Т. 12. – Вып. 3. – С. 246–255.

37. Гриценко, В.В. Воспринимаемая угроза и дискриминация как модераторы связи этнической идентичности и эффективности межкультурного взаимодействия иностранных студентов в России / В.В. Гриценко и др. // Социальная психология и общество. – 2022. – Т. 13, № 4. – С. 163–181.

38. Гриценко, В.В. Психологические ресурсы совладания со страхом перед COVID-19 и негативными психоэмоциональными состояниями у студентов России и Казахстана / В.В. Гриценко, А.Д. Резник, В.В. Константинов, И.В. Гужва, Т.Ю. Маринова, Р. Израйловиц // Культурно-историческая психология. – 2022. – Т. 18, № 4. – С. 47–58.

39. Гришина, Н.В. Идентичность как проявление целостности личности / Н.В. Гришина // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 12–24.

40. Грязева-Добшинская, В.Г. Креативная идентичность: варианты интеграции когнитивных, персональных, социокультурных ресурсов субъектов / В.Г. Грязева-Добшинская, Ю.А. Дмитриева, Е.И. Колтунов, С.Ю. Коробова, А.П. Торцева, Д.В. Кочкина // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2025. – Т. 22, № 1. – С. 9–29.

41. Грязева-Добшинская, В.Г. Личностные ресурсы и барьеры инновационного лидерства руководителей: структурные аспекты мотивации, стиля лидерства, социальной идентичности / В.Г. Грязева-Добшинская, С.Ю. Коробова, В.С. Глухова // Организационная психология. – 2023. – Т. 13, № 3. – С. 9–28.

42. Грязева-Добшинская, В.Г. Методика диагностики отношения социальных субъектов к творческой личности / В.Г. Грязева-Добшинская // Психология. Психофизиология. – 2008. – Т. 3, № 33. – С. 33–45.

43. Грязева-Добшинская, В.Г. Обобщенные факторы креативного мышления в контексте разнообразия социокультурной идентичности

субъектов / В.Г. Грязева-Добшинская, С.Ю. Коробова, Ю.А. Дмитриева, В.А. Глухова, Е.И. Колтунов // Социальная психология и общество. – 2025. – Т. 16, № 1. – С. 28–50.

44. Грязева-Добшинская, В.Г. Психология инновационного менеджмента организации: учебное пособие / В.Г. Грязева-Добшинская. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2013. – 298 с.

45. Грязева-Добшинская, В.Г. Психосемантика притягательности персонажей культового фильма и символично-мифологические контексты идентификации субъектов кинопредпочтений / В.Г. Грязева-Добшинская, С.Ю. Коробова, Ю.А. Дмитриева // Культурно-историческая психология. – 2023. – Т. 19. – № 4. – С. 14–25.

46. Грязева-Добшинская, В.Г. Ресурсы инновационного лидерства менеджеров: психологический инновационный аудит: учебное пособие / В.Г. Грязева-Добшинская, В.А. Глухова, Ю.А. Дмитриева; под ред. В.Г. Грязевой-Добшинской, Ю.А. Дмитриевой – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2016. – С. 21–87.

47. Гудзовская, А.А. Социальная идентичность как контекст креативности в ситуации фрустрации / А.А. Гудзовская, Е.И. Добрынина, М.С. Мышкина // Социальная психология и общество. – 2023. – Т. 14, № 2. – С. 193–210.

48. Гулевич, О.А. Связь российской идентичности и политической поляризации: роль надежной национальной идентификации и национального нарциссизма / О.А. Гулевич, С.С. Косимова // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 123–139.

49. Джуэлл, Л. Индустриально-организационная психология: учебник для вузов / Л. Джуэлл. – СПб.: Питер, 2001. – 720 с.

50. Дикая, Л.Г. Социально-психологические и личностные аспекты саморегуляции функционального состояния человека / Л.Г. Дикая // Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики. – М.: Институт психологии РАН, 2012. – Вып. 4. – С. 163–181.

51. Дружинин, В.Н. Когнитивные способности: структура, диагностика, развитие / В.Н. Дружинин. – М.: ПЕР СЭ. – СПб.: Иматон-М, 2001. – 224 с.

52. Дружинин, В.Н. Психология способностей. Современное состояние и перспективы исследований: материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 60-летию со дня рождения В.Н. Дружинина / В.Н. Дружинин. – М.: Институт психологии РАН, 2015. – 243 с.

53. Дятлов, Д.А. Социальная идентичность лидеров в стрессовой ситуации значимой деятельности группы / Д.А. Дятлов, В.Г. Грязева-Добшинская, Ю.А. Дмитриева // Вестник Московского государственного областного университета. – 2022. – № 1 – С. 174–187. – URL: www.evestnik-mgou.ru.

54. Емельянов, Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение / Ю.Н. Емельянов. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1985. – 168 с.

55. Ениколопов, С.Н. Адаптация опросника моральной идентичности на российской выборке / С.Н. Ениколопов, М.Н. Бочкова, Н.В. Мешкова, И.А. Мешков // Психолого-педагогические исследования. – 2023. – Т. 15, № 3. – С. 129–148.

56. Журавлев, А.Л. Современные аспекты исследования повседневного и травматического стресса / А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко, Н.В. Тарабрина, Н.Е. Харламенкова // Психология повседневного и травматического стресса: угрозы, последствия и совладание. – М.: Институт психологии РАН, 2016. – С. 5–26.

57. Забелина, Е.В. Шкала временного фокуса: результаты адаптации на российской выборке / Е.В. Забелина, Ю.В. Честюнина, О.С. Волосатова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2024. – Т. 24, № 4. – С. 430–438.

58. Зеер, Э.Ф. Теоретико-прикладные основания персонализированного образования: перспективы развития / Э.Ф. Зеер,

Э.Э. Сыманюк // Педагогическое образование в России. – 2021. – № 1. – С. 17–25.

59. Иванова, Н.Л. Проблема социальной идентичности в исследовании организаций: основные подходы / Н.Л. Иванова, Т. Мортон // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2010. – № 3. – С. 89–102.

60. Иванова, Н.Л. Социальная идентичность: теория и практика / Н.Л. Иванова, Т.В. Румянцева. – М.: Изд-во СГУ, 2009. – 456 с.

61. Иванова, Н.Л. Социальная идентичность: теория и практика / Н.Л. Иванова, Т.В. Румянцева. – М.: Изд-во СГУ, 2009. 454 с.

62. Иванова, Н.Л. Структура социальной идентичности: проблема анализа / Н.Л. Иванова // Психологический журнал. – 2004. – Т. 25, № 1. – С. 52–61.

63. Ильин, В.А. «Казус реципрокности» и другие «неудобства с идентичностью» / В.А. Ильин // Социальная психология и общество. – 2021. – Т. 12, № 1. – С. 222–235.

64. Калинина, Н.В. Развитие жизнестойкости педагогов в условиях образовательной среды учреждения дополнительного профессионального образования / Н.В. Калинина, Т.В. Володина // Известия Саратовского университета. Серия: Акмеология образования. Психология развития. – 2013. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-zhiznestoykosti-pedagogov-v-usloviyah-obrazovatelnoy-sredy-uchrezhdeniya-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 08.05.2023).

65. Канеман, Д. Внимание и усилие / Д. Канеман. – М.: Смысл, 2006. – 287 с.

66. Канеман, Д. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения / Д. Канеман, Р. Словик, А. Тверски. – Харьков: Институт прикладной психологии «Гуманитарный центр», 2005. – 632 с.

67. Карпов, А.В. Психология рефлексии / А.В. Карпов, И.М. Скитяева. – М., 2002. – 304 с.

68. Карпов, А.В. Рефлексивность как психическое свойство и методика ее диагностики / А.В. Карпов // Психологический журнал. – 2003. – Т. 24, № 5. – С. 45–57.
69. Кларин, М.В. Корпоративный тренинг от А до Я: научно-практическое пособие / М.В. Кларин. – М.: Дело, 2000. – 224 с.
70. Кондратьев, М.Ю. Азбука социального психолога-практика / М.Ю. Кондратьев, В.А. Ильин. – М.: ПЕР СЭ, 2007. – 464с.
71. Корнилова, Т.В. Психология неопределенности: единство интеллектуально-личностного потенциала человека / Т.В. Корнилова, М.А. Чумакова, С.А. Корнилов, М.А. Новикова. – М.: Смысл, 2010. – 328 с.
72. Котова, М.В. Стратегии поддержания социальной идентичности: значение для теории социальной идентичности и понимания межгрупповых отношений / М.В. Котова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2019. – Т. 13, № 4. – С. 691–711.
73. Крюкова, Т.Л. Психология совладающего поведения в разные периоды жизни / Т.Л. Крюкова. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2010. – 361 с.
74. Крюкова, Т.Л. Человек как субъект совладающего поведения / Т.Л. Крюкова // Психологический журнал. – 2008. – Т. 29, № 2. – С. 88–95.
75. Кутбиддинова, Р.А. Психология стресса (виды стрессовых состояний, диагностика, методы саморегуляции): учебно-методическое пособие / Р.А. Кутбиддинова. – Южно-Сахалинск: СахГУ, 2019. – 124 с.
76. Лабунская, В.А. О смысловом пространстве невербального общения / В.А. Лабунская // Российский психологический журнал. – 2014. – № 3. – С. 93–109.
77. Леонтьев, Д.А. Идентичность личности в полисоциальном мире / Д.А. Леонтьев // Философские науки. – 2012. – № 11. – С. 89–105.
78. Леонтьев, Д.А. Личностный потенциал в ситуации неопределенности выбора / Д.А. Леонтьев, Е.Ю. Мандрикова,

Е.И. Рассказова, А.Х. Фарм // Личностный потенциал: структура и диагностика; под ред. Д.А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2011. – С. 511–546.

79. Леонтьев, Д.А. Саморегуляция, ресурсы и личностный потенциал / Д.А. Леонтьев // Сибирский психологический журнал. – 2016. – № 62. – С. 18–37.

80. Леонтьев, Д.А. Тест жизнестойкости / Д.А. Леонтьев, Е.И. Рассказова. – М.: Смысл, 2006. – 64 с.

81. Леонтьев, Д.А. Удары судьбы как стимул личностного развития: феномен посттравматического роста / Д.А. Леонтьев // Жизнеспособность человека: индивидуальные, профессиональные и социальные аспекты; под ред. А.В. Махнач, Л.Г. Дикой. – М.: Институт психологии РАН, 2016. – С. 144–158.

82. Леонтьев, Д.А. Экзистенциальная тревога и как с ней не бороться / Д.А. Леонтьев // Московский психотерапевтический журнал. – 2003. – № 2. – С. 107–119.

83. Леонтьева, А.А. Бикультурная идентичность через призму разных метафор / А.А. Леонтьева // Mobilis in mobile: личность в эпоху перемен; под ред. А.Г. Асмолова. – М.: ЯСК, 2019. – С. 378–392.

84. Липатов, С.А. Взаимосвязь восприятия и привлекательности корпоративной культуры с организационной идентификацией сотрудников / С.А. Липатов, Р.К. Несмеянова // Организационная психология. – 2017. – Т. 7, № 3. – С. 67–84.

85. Мадди, С. Смыслообразования в процессах принятия решения / С. Мадди // Психологический журнал. – 2005. – Т. 26, № 6. – С. 87–101.

86. Маклакова, А.Г. Личностный адаптационный потенциал: его мобилизация и прогнозирование в экстремальных условиях / А.Г. Маклакова // Психологический журнал. – 2001. – Т. 22, № 1. – С. 16–24.

87. Максименко, А.А. Стратегии просвещения или удовольствия: противостояние в медиапотреблении / А.А. Максименко, Л.Н. Духанина,

Е.В. Забелина, А.М. Бушуева // Психологическая наука и образование. – 2025. – Т. 30, № 1. – С. 171–186.

88. Мальцева, А. С. Особенности стратегии реализации личностного выбора, в условиях социального взаимодействия / А. С. Мальцева // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2010. – № 17. – С. 79–84.

89. Мальцева, А.С. Специфика личностных конструктов специалистов экстремальных сфер деятельности (на примере сотрудников МЧС и МВД России) / А.С. Мальцева, В.А. Глухова // Психология и право. – 2021. – Т. 11, № 2. – С. 2–16.

90. Мандрикова, Е.Ю. Смысловые основания выбора и их альтернативы: фактичность прошлого или возможность будущего / Е.Ю. Мандрикова, Д.А. Леонтьев // Проблема смысла в науках о человеке (к 100-летию Виктора Франкла): материалы международной конференции; под ред. Д.А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2005. – С. 151–157.

91. Маркина, Н.В. Личностные и экзистенциально-психологические ресурсы классных руководителей, работающих с одаренными детьми / Н.В. Маркина, Е.Л. Солдатова, И.Л. Качуро, А. Гаврилюк // Образование и наука. – 2021. – Т. 23, № 1. – С. 102–135.

92. Матвеева, Л.Г. Миннесотские тесты творческого мышления / Л.Г. Матвеева, Н.В. Маркина. – Челябинск: Психрон, 2004.

93. Мещерякова. Е.М. Временная перспектива личности как ресурс преодоления кризиса идентичности на различных этапах жизнеосуществления / Е.М. Мещерякова, А.В. Серый, М.С. Яницкий // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 75–93.

94. Микляева, А.В. Социальные верования и основания морального выбора как предикторы гражданской идентичности подростков / А.В. Микляева, О.М. Самойлов // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 154–171.

95. Митина, Л.М. Психология личностно-профессионального развития субъектов образования / Л.М. Митина. – М.; СПб.: Нестор-История, 2014. – 376 с.
96. Морено, Я.Л. Психодрама / Я.Л. Морено. – М.: Психотерапия, 2008. – 496 с.
97. Муращенкова, Н.В. Взаимосвязь мотивов конструирования этнической идентичности и индивидуальных ценностей у русских старшеклассников из центрального и дальневосточного регионов России / Н.В. Муращенкова, В.В. Гриценко, Е.В. Кулеш // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 189–206.
98. Мухина, В.С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество: учебник для студентов вузов / В.С. Мухина. – М.: Академия, 1999. – 456 с.
99. Нагирнер, И.И. Технологический подход к формированию стрессоустойчивости обучающихся / И.И. Нагирнер, Г.И. Железовская // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 3.
100. Насибуллин, Р.Р. Пространственное расположение социальных структур: формирование социальной идентичности / Р.Р. Насибуллин // Форум. – 2023. – № 1 (30). – С. 38–42.
101. Наследов, А.Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных: учебное пособие / А.Д. Наследов. – СПб.: Речь, 2004. – 392 с.
102. Нестик, Т.А. Социальная психология времени / Т.А. Нестик. – М.: Институт психологии РАН, 2014. – 496 с.
103. Нестик, Т.А. Эффект Поллианны: роль механизмов защиты позитивной личностной и групповой идентичности / Т.А. Нестик // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 25–39.
104. Нуркова, В.В. Свершенное продолжается: психология автобиографической памяти личности / В.В. Нуркова. – М., 2000. – 320 с.

105. Оконечникова, Н.В. Исследование идентичности старших подростков, играющих в онлайн-игры / Л.В. Овчинникова, И.Е. Скворцова, В.В. Савельев // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2022. – Вып 28. – № 4. – С. 199–207.
106. Парамузов, А.В. Взаимосвязь восприятия психологического времени и управленческой идентичности руководителя: автореф. дис. ... канд. психол. наук / А.В. Парамузов. – М., 2021.
107. Петровская, Л.А. Общение – компетентность – тренинг: избранные труды / Л.А. Петровская. – М.: Смысл, 2007. – 387 с.
108. Петровский, В.А. Логика «Я»: персонологическая перспектива: монография / В.А. Петровский. – М.: Изд-во САМГУ, 2009. – 303 с.
109. Письменюк, Е.С. Динамика социальной идентичности менеджеров в критических ситуациях: научно-квалификационная работа / Е.С. Письменюк. – Челябинск, 2019. – 122 с.
110. Погорелов, Д.Н. Психологическая структура и особенности виртуальной идентичности пользователей социальных сетей: автореф. дис. ... канд. психол. наук / Д.Н. Погорелов. – Челябинск, 2022.
111. Предеина, М.В. Непрерывное образование в зарубежном и российском контексте как условие формирования субъективной карьеры / М.В. Предеина, Н.В. Жукова // Педагогика и психология образования. – 2023. – № 2. – 108–125.
112. Пригожин, И.Р. Определено ли будущее / И.Р. Пригожин. – Ижевск: ИКИ, 2005. – 240 с.
113. Разорина, Д.Н. Проблема структуры и динамики идентичности в современной зарубежной социальной психологии / Д.Н. Разорина // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – Т. 3, № 3. – 63 с.
114. Рягузова, Е.В. Личностные репрезентации взаимодействия «Я-Другой»: социально-психологический анализ: автореф. дис. ... д-ра психол. наук / Е.В. Рягузова. – Саратов, 2012.

115. Самородская, Н.Г. Служба управления персоналом предприятия: от затрат до центра прибыли / Н.Г. Самородская // Экономика и управление: Проблемы, решения. – 2020. – Т. 3, № 3. – С. 79–82.

116. Сидоренко, Е.В. Мотивационный тренинг / Е.В. Сидоренко. – М.: Речь, 2005. – 240 с.

117. Сидоренков, А.В. Идентичность, идентификация и гражданское поведение работников в организации: монография / А.В. Сидоренков. – Ростов-н/Д.: Мини Тайп, 2021. – С. 78.

118. Сидоренков, А.В. Модель проявления идентификации и идентичности в малой группе / А.В. Сидоренков, Н.С. Горбатенко // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2008. – Вып. 6. – № 1. – С. 54–58.

119. Сидоренков, А.В. Проявление уровней и компонентов идентичности работников в организации / А.В. Сидоренков, В.А. Штроо, Д.Е. Штильников // Организационная психология. – 2020. – Т. 10, № 2. – С. 35–57

120. Сидоренков, А.В. Соотношение групповой, микрогрупповой и межличностной идентичности работников в производственных группах / А.В. Сидоренков, В.А. Дорофеев // Социальная психология и общество. – 2016. – Т. 7, № 3. – С. 60–75.

121. Скворцов, В.Н. Основы менеджмента / В.Н. Скворцов. – ЛГУ, 2011. – 379 с.

122. Солдатова, Г.У. Метаморфозы идентичности человека достроенного: от цифрового донора к цифровому кентавру / Г.У. Солдатова, С.В. Чигарькова, С.Н. Илюхина // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 40–57.

123. Сыченко, Ю.А. Перспективы использования нейротехнологий в процессе профессионального развития личности / Ю.А. Сыченко // Профессиональное образование и рынок труда. – 2021. – Вып 4. – № 27. – С. 123–130.

124. Тихомирова, Т.С. Взаимосвязь мотивации к обучению и рефлексии студентов-бакалавров очной формы обучения / Т.С. Тихомирова, Н.В. Кочетков // Психологическая наука и образование. – 2018. – Т. 23, № 6. – С. 97 – 106.

125. Токарская, Л.В. Исследование профессионального выгорания и жизнестойкости женщин-педагогов / Л.В. Токарская, А.В. Мальцев, Н.К. Голикова // Педагогическое образование в России. – 2025. – Вып 2. – С. 317–326.

126. Толочек, В.А. Компетентностный подход и ПВК-подход: возможности и ограничения / В.А. Толочек // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. – 2019. – Т. 9, № 2. – С. 123–137.

127. Толочек, В.А. Феномен «ресурсы»: Топос и Хронос в актуализации условий внешней среды как ресурсов / В.А. Толочек // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. – 2018. – Т. 7, №3. – С. 250–258.

128. Тхостов, А.Ш. Идентичность как психологический конструкт: возможности и ограничения междисциплинарного подхода / А.Ш. Тхостов, Е.И. Рассказова / Психологические исследования. – 2012. – Т. 5, № 26.

129. Удовиченко, Р.С. Сравнительный анализ моделей оценки эффективности обучения персонала / Р.С. Удовиченко, В.С. Киреева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – 14 с.

130. Фролова, С.В. Регулирующая функция образа в становлении отношения личности к эмиграции / С.В. Фролова // Известия Саратовского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». – 2019. – Т. 19, № 4. – С. 90–94.

131. Фролова, С.В. Социальная идентичность и приверженность своей стране: концептуальные и эмпирические основания анализа соотношения конструктов / С.В. Фролова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2018. – Т. 18, №. 3. – С. 326–332.

132. Харламенкова, Н.Е. Эмоциональное оскорбление и пренебрежение и его психологические последствия для личности в разные периоды взрослости / Н.Е. Харламенкова // Психология повседневного и травматического стресса: угрозы, последствия, совладание; под ред. А.Л. Журавлева, Е.А. Сергиенко, Н.В. Тарабриной, Н.Е. Харламенковой. – М.: Институт психологии РАН, 2016. – С. 193–215.

133. Хотинец, В.Ю. Согласование реальной и предпочитаемой организационной культуры современной региональной компании: ценностные предикторы / В.Ю. Хотинец, О.В. Кожевникова, Н.А. Баранова // Российский психологический журнал. – 2022. – Т. 19, № 3. – С. 232–245.

134. Хотинец, В.Ю. Этнический образ и его изменения в связи с усложнениями межэтнических отношений / В.Ю. Хотинец, Е.А. Молчанова // Вестник Удмуртского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2016. – Т. 26, № 3. – С. 87–97.

135. Черепанова, М.В. К вопросу о построении карьеры женщиной-преподавателем в современном ВУЗе / М.В. Черепанова, О.А. Коропец // Актуальные проблемы социогуманитарного образования: сборник статей; ред. Е.В. Донгаузер, Т.С. Дорохова. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2024. – Т.7. – С. 530–536.

136. Чернышева, Е.В. Исследование жизнестойкости студенческой молодежи как способа совладания с гелотофобией / Е.В. Чернышева, Т.С. Дмитриева // Российский девиантологический журнал. – 2025. – Вып. 5. – № 1. – С. 81–99.

137. Чиксентмихайи, М. Поток. Психология оптимального переживания / М. Чиксентмихайи. – М.: Смысл, 2011. – 464 с.

138. Чумаков, М.В. Проблема профессиональной идентичности студентов-психологов в современном ВУЗе / М.В. Чумаков, И.В. Васильева // Психология образования: современный вектор развития: монография; ред. И.А. Ершова, С.Б. Малых, Т.Н. Тихомирова. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2020. – С. 307–321.

139. Шамионов, Р.М. Адаптационная готовность личности – субъекта социального взаимодействия / Р.М. Шамионов // Известия Саратовского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2015. – Т. 15. – Вып. 4. – С. 106–112.

140. Шамионов, Р.М. Роль социальной активности молодежи в выраженности идентичностей и их согласованности / Р.М. Шамионов, Е.Е. Бочарова // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15, № 4. – С. 94–108.

141. Шамионов, Р.М. Соотношение адаптационной готовности и социальной активности личности / Р.М. Шамионов // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2012. – Т. 5, № 2. – С. 72–80.

142. Шамионов, Р.М. Соотношение жизненных ориентаций, социальной идентичности и социальной активности молодежи / Р.М. Шамионов, Е.Е. Бочарова, Е.В. Невский // Российский психологический журнал. – 2021. – Т. 18, № 4. – С. 91–105.

143. Щедровицкий, Г.П. Мышление. Понимание. Рефлексия / Г.П. Щедровицкий. – М.: Наследие ММК, 2002. – 800 с.

144. Эриксон, Э.Э. Идентичность: юность и кризис / Э.Э. Эриксон. – М.: Прогресс, 1996. – 344 с.

145. Якимова, Е.В. Социальное конструирование реальности: социально-психологические подходы / Е.В. Якимова. – М., 1999.

146. Яницкий, М.С. Идентичность как динамическая иерархическая система: социальный и культурный контекст формирования / М.С. Яницкий, А.В. Сервый, О.А. Браун, Ю.В. Пелех, О.В. Маслова и др. // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2018. – № 2. – С. 131–140.

147. Яценко, Е.Ф. Ценностно-смысловая концепция самоактуализации: монография / Е.Ф. Яценко. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2005. – 528 с.

148. Abolfazl, A. Mutual-Implication interaction between social identity and social system: an analytic approach to social identity formation / A. Abolfazl,

M. Reza-Ali, Sh. Tahmures // Education and Self-Development. – 2021. – V. 15, № 4. – P. 50–70.

149. Albert, S. Organizational identity / S. Albert // Research in organizational behavior. Greenwich, CT: JAI Press. – 1985. – Vol. 7. – P. 263–295.

150. Alvesson, M. Identity matters: reflections on the construction of identity scholarship in organization studies / M. Alvesson, K.L. Ashcraft, M. Thomas // Organization. – 2008. – Vol. 15, № 1. – P. 5–28.

151. Alvesson M. Identity Regulation as Organisational Control: Producing the Appropriate Individual / M. Alvesson, H. Willmott // Journal of Management Studies. – 2002. – № 39. – P. 619–644.

152. Ashforth, B.E. Social identity theory and the organization / B.E. Ashforth, F. Mael // Academy of Management Journal. – 1989. – P. 20–39.

153. Ashforth, B.E. Identification in organizations: An examination of four fundamental questions / B.E. Ashforth, S.H. Harrison, K.G. Corley // Journal of Management. – 2008. – Vol. 34, № 3. – P. 325–374.

154. Ashforth, B.E. Identity under construction: How individuals come to define themselves in organizations / B.E. Ashforth, B.S. Schinoff // Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior. – 2016. – Vol. 3. – P. 111–137.

155. Ashforth, B.E. Organizational identity and strategy as a context for the individual / B.E. Ashforth, F.A. Mael // Advances in strategic management; Eds. J.A.C. Baum, J.E. Dutton. – Greenwich, CT: JAI, 1996. – Vol. 13. – P. 17–62.

156. Ashforth, B.E. Role transitions in organizational life: An identity-based perspective / B.E. Ashforth // Administrative Science Quarterly. – 2001. – Vol. 46. – № 4. – P. 778–781.

157. Ashforth, B. Identity under Construction: How Individuals Come to Define Themselves in Organizations / B. Ashforth, B.S. Schinoff // Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior. – 2016. – № 3. – P. 111–137.

158. Avdeev, E.A. Value basis of social identity in the consciousness of youth from multiethnic regions: the case of the north Caucasus / E.A. Avdeev, S.M. Vorobev // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2022. – T. 15, № 9. – P. 1230–1242.

159. Bal, P.M. Young at heart, old at work? Relations between age, (meta-) stereotypes, self-categorization, and retirement attitudes / P.M. Bal, A.H. de Lange, B.I. Van der Heijden, H. Zacher, F.A. Oderkerk, S. Otten // Journal of Vocational Behavior. – 2015. – № 91. – P. 35–45.

160. Barbot, B. Creativity and identity formation in adolescence: A developmental perspective / B. Barbot, B. Heuser // The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, Mindset, and Identity; Karwowski M. (ed.). – Academic Press, 2017. P. 87–98.

161. Barbot, B. The generality-specificity of creativity: Exploring the structure of creative potential with EPoC / B. Barbot, M. Besancon, T. Lubart // Learning and Individual Differences. – 2016. – Vol. 52. – P. 178–187.

162. Beatty, S.E. Social Store Identity and Adolescent Females Store Attitudes and Behaviors / S.E. Beatty, A.M. Givan, G.R. Franke, K.E. Reynolds // Journal of Marketing Theory & Practice. – 2015. – Vol. 23. – № 1. – P. 38–56.

163. Berzonsky, M. Identity formation: The role of identity processing style and cognitive processes / M. Berzonsky // Personality and Individual Differences. – 2008. – Vol. 44. – P. 645–655.

164. Breakwell, G.M. Resisting representations and identity processes / G.M. Breakwell // Resisting representations and identity processes. Papers on Social Representations. – 2010. – P. 133.

165. Brickson, S.L. Organizational identity orientation: The genesis of the role of the firm and distinct forms of social value / S.L. Brickson // Academy of Management Review. – 2007. – Vol. 32, № 3. – P. 864–888.

166. Brown, R. Explaining intergroup differentiation in an industrial organization / R. Brown // Journal of Occupational Psychology. – 1986. – Vol. 5. – Iss. 4. – P. 273–286.

167. Brown, A.D. A narrative approach to collective identities / A.D. Brown // *Journal of Management Studies*. – 2006. – Vol. 43, № 4. – P. 731–753.
168. Burke, P.J. Identity processes and social stress / P.J. Burke // *American Sociological Review*. – 1991. – № 56(6). – P. 836–849.
169. Chattaraman, V. Social Identity Salience: Effects on Identity – Based Brand Choices Of Hispanic Consumers / V. Chattaraman, S.J. Lennon, N.A. Rudd // *Psychology & marketing*. – 2010. – Vol. 27, № 3. – P. 263–284.
170. Chatman, J.A. The man-aged thought: The role of self-justification and impression management in organizational settings / H.P. Sims, Jr., D.A. Gioia & Associates (eds). – San Francisco: Jossey-Bass, 1986. – P. 191–214.
171. Chan, C. Identifiable but Not Identical: Combining Social Identity and Uniqueness Motives in choice / C. Chan, J. Berger, L. Van Boven // *Journal of Consumer Research*. – 2012. – Vol. 39, № 3. – P. 561–573.
172. Christ, O. When teachers go the extra-mile: Foci of organizational identification as determinants of different forms of organizational citizenship behavior among schoolteachers / O. Christ, R. Van Dick, U. Wagner, J. Stellmacher // *British Journal of Educational Psychology*. – 2003. – Vol. 73, № 3. – P. 329–341.
173. Clark, S.M. Transitional identity as a facilitator of organizational identity change during a merger / S.M. Clark, D.A. Gioia, D.Jr. Ketchen, J.B. Thomas // *Administrative Science Quarterly*. – 2010. – Vol. 55, № 3. – P. 397–438.
174. Corazza G.E. Potential in Creativity: Individual, Social, Material Perspectives, and a Dynamic Integrative Framework / G.E. Corazza, V.P. Glăveanu // *Creativity Research Journal*. – 2020. – Vol. 32, № 1. – P. 81–91.
175. Corley, K.G. Defined by our strategy or our culture? Hierarchical differences in perceptions of organizational identity and change / K.G. Corley // *Human Relations*. – 2004. – Vol. 57, № 9. – P. 1145–1177.

176. Cornelissen, J.P. Social identity, organizational identity, and corporate identity: Towards an integrated understanding of processes, patternings and products / J.P. Cornelissen, S.A. Haslam, J.M.T. Balmer // *British Journal of Management*. – 2007. – Vol. 18. – P. 1–16.

177. Cruwys, T. Social group memberships protect against future depression, alleviate depression symptoms, and prevent depression relapse / T. Cruwys, G. Dingle, S.A. Haslam, C. Haslam, J. Jetten, T. Morton // *Social Science and Medicine*. – 2013. – Vol. 98. – P. 179–186.

178. Derks, B. Extending the queen bee effect: how Hindustani workers cope with disadvantage by distancing the self from the group / B. Derks, C. van Laar, N. Ellemers, G. Raghoe // *J. Soc. Issues*. – 2015. – № 71. – P. 476–496.

179. Derks, B. The queen bee phenomenon: why women leaders distance themselves from junior women / B. Derks, C. Van Laar, N. Ellemers // *Leadersh. Q.* – 2016. – № 27. – P. 456–469.

180. Foote, N.N. Identification as the basis for a theory of motivation / N.N. Foote // *American Sociological Review*. – 1951. – № 16. – P. 14–21.

181. Funke, U. Using complex problem solving tasks in personnel selection and training / U. Funke // *Complex problem solving: The European perspective*; ed. by P.A. Frensch, J. Funke. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1995. – P. 219–240.

182. Fullemann, J. The key role of shared participation in changing occupational self – efficacy through stress management courses / J. Fullemann // *J Occup Organ Psychol*. – 2015. – Iss. 88. – P. 490–510.

183. Gioia, D.A. Organizational identity formation and change / D.A. Gioia, S.D. Patvardhan, A.L. Hamilton, K.G. Corley // *The Academy of Management Annals*. – 2013. – Vol. 7, № 1. – P. 123–192.

184. Gioia, D.A. Organizational identity, image, and adaptive instability / D.A. Gioia, M. Schultz, K.G. Corley // *Academy of Management Review*. – 2000. – Vol. 25, № 1. – P. 63–81.

185. Gioaba, I. Impression management in the job interview: An effective way of mitigating discrimination against older applicants? / I. Gioaba, F. Krings // *Frontiers in Psychology*. – 2017. – № 8. – P. 770.

186. Gillespie, A. Discussing creativity from a cultural psychological perspective / A. Gillespie // *Rethinking Creativity*. Routledge, 2014. – P. 125–141.

187. Glăveanu, V.P. Creativity, identity, and representation: Towards a socio-cultural theory of creative identity / V.P. Glăveanu, L. Tanggaard // *New Ideas in Psychology*. – 2014. – Vol. 34. – P. 12–21.

188. Glăveanu, V.P. Sternberg Advancing creativity theory and research: A sociocultural manifesto / V.P. Glăveanu, M. Hanchett Hanson, J. Baer, B. Barbot, E.P. Clapp, G.E. Corazza, B. Hennessey, J.C. Kaufman, I. Lebuda, T. Lubart, A. Montuori, I.J. Ness, J. Plucker, R. Reiter-Palmon, Z. Sierra, D.K. Simonton, M.S. Neves-Pereira, R.J. Sternberg // *The Journal of Creative Behavior*. – 2020. – Vol. 54, № 3. – P. 741–745.

189. Glynn, M.A. Individuals' need for organizational identification (NOID): Speculations on individual differences in the propensity to identify / M.A. Glynn // *Identity in organizations: Building theory through conversations*; eds. D. Whetten, P. Godfrey. – Thousand Oaks, CA: SAGE, 1998. – P. 238–244.

190. Glynn, M.A. Organizational identification as cognitive space: A fieldwork study relating innovation and identity / M.A. Glynn, R.K. Kazanjian, R. Drazin // Presented at the 14th EGOS colloquium. – 2001.

191. Gocłowska, M.A. How Dual-Identity Processes Foster Creativity / M.A. Gocłowska, R.J. Crisp // *Review of General Psychology*. – 2014. – Vol. 18, № 3. – P. 216–236.

192. Gyu Park, J. The effects of empowering leadership on psychological well-being and job engagement: the mediating role of psychological capital / J. Gyu Park, J. Sik Kim, S.W. Yoon, B.K. Joo // *Leadersh. Organ. Dev. J.* – 2017. – № 38. – P. 350–367.

193. Haslam, S.A. Psychology in organizations: The social identity approach (2nd ed.) / S.A. Haslam // London: Sage. – 2004. – 229 p.

194. Haslam, S.A. Metatheories and metaphors of organizational identity: Integrating social constructionist, social identity, and social actor perspectives within a social interactionist model / S.A. Haslam, J.P. Cornelissen, M.D. Werner // *International Journal of Management Reviews*. – 2017. – Vol. 19, № 3. – P. 318–336.
195. Haslam, S.A. Social identification, stress and citizenship in teams: A fivephase longitudinal study / S.A. Haslam, J. Jetten, C. Waghorn // *Stress and Health*. – 2009. – Vol. 25, № 1. – P. 21–30.
196. Haslam, S.A. Social identity in industrial and organizational psychology: Concepts, controversies and contributions / S.A. Haslam, N. Ellemers // *International Review of Industrial and Organizational Psychology*; eds. G.P. Hodgkinson, J.K. Ford. – John Wiley&Sons, Ltd, 2005. – Vol. 20. – P. 39–118.
197. Haslam, S.A. Sticking to our guns: Social identity as a basis for the maintenance of commitment to faltering organizational projects / S.A. Haslam, M.K. Ryan, T. Postmes [et al.] // *Journal of Organizational Behavior*. – 2006. – Vol. 27, № 5. – P. 607–628.
198. Haslam, S.A. A social identity analysis of organizational well-being / S.A. Haslam // *Social psychology and organizations*; ed. by D. De Cremer, R. Van Dick, K. Murnighan. – Taylor & Francis. – 2011. – P. 325–352.
199. Henry K.B. A Tripartite Model of Group Identification / K.B. Henry, H. Arrow// *Small Group Research*. – 1999. – V. 30, № 35. – P. 558–581.
200. Hernandez, M. An examination of the temporal intricacies of job engagement / M. Hernandez, C.L. Guarana // *J. Manag.* – 2018. – № 44. – P. 1711–1735.
201. Hobfoll, S. Conservation of resources: A general stress theory applied to burnout / S. Hobfoll, J. Freedy; W. Schaufeli, C. Maslach, T. Marek (eds.). *Professional burnout: Recent developments in theory and research*. – Washington, DC: Taylor & Francis, 1993. – P. 115–129.

202. Hogg, M.A. Social identity theory. Contemporary social psychological theories identification / M.A. Hogg. – Stanford: Stanford University Press, 2006. – P. 111–136.

203. Hoyle, R.H. Future orientation in the self-system: possible selves, self-regulation, and behavior / R.H. Hoyle, M.R. Sherill // Journal of Personality. – 2006. – № 6 (74). – P. 1673–1696.

204. Karwowski, M. The dynamics of creative self-concept: Changes and reciprocal relations between creative self-efficacy and creative personal identity / M. Karwowski // Creativity Research Journal. – 2016. – Vol. 28. – № 1. – P. 99–104.

205. King, B.G. Finding the organization in organizational theory: A metatheory of the organization as a social actor / B.G. King, T. Felin, D.A. Whetten // Organization Science. – 2010. – Vol. 21, № 1. – P. 290–305.

206. Kirkpatrick, D.L. Evaluating Training Programs / D.L. Kirkpatrick // San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc., 1994. – P 110–116.

207. Knight, C. In home or at home? Evidence that collective decision making enhance solder adults social identification, well-being and use of communal space when moving to a new car facility / C. Knight, S.A. Haslam, C. Haslam // Aging and Society. – 2010. – Vol. 30. – P. 1393–1418.

208. Kornilova, T.V. Tolerance and intolerance for uncertainty as predictors of decision making and risk acceptance in gaming strategies of the Iowa Gambling / T.V. Kornilova, M.A. Chumakova, S.A. Kornilov // Psychology in Russia: State of the Art. – 2018. – Vol. 11. – № 3. – P. 86–95.

209. Kulich, C. Moving across status lines: low concern for the ingroup and group identification / C. Kulich, F. Lorenzi-Ciolodi, V. Iacoviello // J. Social Issues. – 2015. – № 71. – P. 453–475.

210. Kraak, J.M. Promises to employees matter, self-identity too: Effects of psychological contract breach and older worker identity on violation and turnover intentions / J.M. Kraak, R. Lunardo, O. Herrback, F. Durrieu // Journal of Business Research. – 2017. – № 70. – P. 108–117.

211. Leach, C.W. Group-level self-definition and self-investment: A hierarchical (multicomponent) model of in-group identification / C.W. Leach // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2008. – P. 144–165.
212. Lipponen, J. Subgroup identification, superordinate identification and intergroup bias between the subgroups / J. Lipponen, K. Helkama, M. Juslin // *Group Processes & Intergroup Relations*. – 2003. – Vol. 6, № 3. – P. 239–250.
213. Long, H.B. Understanding Self-Direction in Learning / H.B. Long (Ed.) // Schaumburg, IL: Motorola University Press. – 2020. – № 6. – P. 11–24.
214. Marcia, J. Identity in adolescence / J. Marcia // *Handbook of adolescent psychology*. – 1980. – P. 159–187.
215. Markus, H.R. Culture and the Self: implications for cognition, emotion and motivation / H.R. Markus // *Psychological Review*. – 1991. – Vol. 98. – P. 224–252.
216. Maslow, A.H. A theory of human motivation / A.H. Maslow // *Psychological Review*. – 1943. – Vol. 50 (4). – P. 370–396. – URL: <https://doi.org/10.1037/h0054346>.
217. Matschke, C. Internal motivation buffers the negative effect of identity conflict on newcomers' social identification and well-being / C. Matschke, J. Fehr // *Soc. Psychol.* – 2015. – № 46. – P. 335–344.
218. Meyer, J.P. Social identities and commitment at work: Toward an integrative model / J.P. Meyer // *Journal of Organizational Behavior*. – 2006. – Vol. 27, № 5. – P. 665–683.
219. Meeussen, L. The perceived value of team players: a longitudinal study of how group identification affects status in work groups / L. Meeussen, H. Van Dijk // *Eur. J. Work Organ. Psychol.* – 2016. – № 25. – P. 200–211.
220. Navis, C. How new market categories emerge: Temporal dynamics of legitimacy, identity, and entrepreneurship in satellite radio, 1990–2005 / C. Navis, M.A. Glynn // *Administrative Science Quarterly*. – 2010. – Vol. 55, № 3. – P. 439–471.

221. Neves, P.C. Organizational citizenship behavior in schools: Validation of a questionnaire / P.C. Neves, R. Paixão, M. Alarcão, A.D. Gomes // *The Spanish Journal of Psychology*. – 2014. – Vol. 17. – P. 1–24.

222. Oakes, P.J. Social categorization and intergroup behavior: Does minimal intergroup discrimination make social identity more positive? / P.J. Oakes // *European Journal of Social Psychology*. – 1980. – Vol. 10. – Iss. 3. – P. 295–301.

223. Poole, M.S. Organizational Paradox / M.S. Poole, L.L. Putnam // *International Encyclopedia Organization Studies*; ed. USA. – 2007. – P. 1146–1149.

224. Pratt, M.G. Disentangling collective identity / M.G. Pratt // *Research on managing groups and teams*; eds. J.T. Polzer, E. Mannix, M.A. Neale. – Greenwich, CT: JAI, 2003. – Vol. 5. – P. 161–188.

225. Pratt, M.G. Rethinking identity construction processes in organizations: Three questions to consider / M.G. Pratt // *Constructing Identity in and around Organizations*; eds. M. Schultz, S. Maguire, A. Langley, H. Tsoukas. – Oxford, UK: Oxford Univ. Press, 2012. – P. 21–49.

226. Pratt, M.G. To be or not to be: Central questions in organizational identification / M.G. Pratt // *Identity in organizations: Building theory through conversation*; eds. D.A. Whetten, P.C. Godfrey. – Thousand Oaks, CA: Sage, 1998. – P. 171–207.

227. Riketta, M. Employee attachment in the short and long run: Antecedents and consequences of situated and deep-structure identification / M. Riketta, R. van Dick, D.M. Rousseau // *Zeitschrift für Personalpsychologie*. – 2006. – Vol. 5, № 3. – P. 85–93.

228. Riketta, M. Foci of attachment in organizations: A meta-analysis comparison of the strength and correlates of work-group versus organizational commitment and identification / M. Riketta, R. Van Dick // *Journal of Vocational Behavior*. – 2015. – № 67. – P. 490–510.

229. Roccas, S. Social identity complexity / S. Roccas // *Personality and Social Psychology Review*. – 2002. – P. 88–106.
230. Schaufeli, W.B. Applying the Job Demands-Resources model: A «how to» guide to measuring and tackling work engagement and burnout. *Organizational Dynamics* / W.B. Schaufeli. – 2017. – Vol. 46 (2). – P. 120–132.
231. Shkoler, O. The dimensionality of workaholism and its relations with internal and external factors / O. Shkoler, E. Rabenu, A. Tziner // *J. Work Organ. Psychol.* – 2017. – № 33. – P. 193–203.
232. Sinnirella, M. The construction of ethnic identity: Insights from identity process theory / M. Sinnirella // *Ethnicities*. – 2012. – № 5. – P. 503–530.
233. Sica, L.S. Creativity as identity skill? Late adolescents' management of identity, complexity and risktaking / L.S. Sica // *The Journal of Creative Behavior*. – 2019. – Vol. 53, № 4. – P. 457–471.
234. Spitz, E.H. *Art and Psyche. A Study in Psychoanalysis and Aesthetics*. – N.Y.-L.: Yale University Press, 1985. – 203 p.
235. Stets, J.E. Identity theory / J.E. Stets // *Contemporary social psychological theories*. – Stanford: Stanford University Press, 2006. – P. 88–110.
236. Tajfel, H. Social categorization and intergroup behavior / H. Tajfel // *European Journal of Social Psychology*. – 1971. – P. 149–178.
237. Tajfel, H. The social identity theory of intergroup behavior / H. Tajfel // *Psychology of intergroup relations*. – 2nd ed. – Chicago: Nelson-Hall, 1985. – P. 7–24.
238. Truong, N. Consumer social identity: cool and single or caring and attached / N. Truong, D. Nguyen, N. Hurtley // *Journal of Strategic Marketing*. – 2015. – Vol. 23. – № 1. – P. 33–48.
239. Uus, Õ. Cognitive Skills in Adolescents' Self-Directed Learning Efficacy/ Õ. Uus, K. Mettis, T. Väljataga // *Creative Education*. – 2022. – № 13. – P. 583–598.
240. Van Dick, R. Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior / R. van Dick, D. van

Knippenberg, R. Kerschreiter [et al.] // Journal of Vocational Behavior. – 2008. – Vol. 72, № 3. – P. 388–399.

241. Van Knippenberg, D. Foci and correlates of organizational identification / D. van Knippenberg, E.C.M. van Schie // Journal of Occupational and Organizational Psychology. – 2000. – Vol. 73, № 2. – P. 137–147.

242. Von Ameln, F. Führen und Entscheiden unter Unsicherheit. Gruppe. Interaktion. Organisation/ F. Von Ameln // Zeitschrift für Angewandte Organisations psychologie. – 2018. – Vol. 52, № 4. – P. 567–577.

243. Wegge, J. Work motivation, organizational identification, and well-being in call centre work / J. Wegge, R. Van Dick, G.K. Fisher, C. Wecking, K. Moltzen // Work & Stress. – 2006. – Vol. 20. – P. 60–83.

244. Whetten, D.A. A social actor conception of organizational identity and its implications for the study of organizational reputation / D.A. Whetten, A. Mackey // Business & Society. – 2002. – Vol. 41, № 4. – P. 393–414.

245. Ybarra, O. How priming the private self or collective self affects the relative weights of attitudes and subjective norms / O. Ybarra, D. Trafimow // Personality and Social Psychology Bulletin. – 1998. – Vol. 24, № 4. – P. 362–370.

246. Zhang, Y. Developmental leadership and organizational citizenship behavior: Mediating effects of self-determination, supervisor identification, and organizational identification / Y. Zhang, C.C. Chen // Leadership Quarterly. – 2013. – Vol. 24, № 4. – P. 534–543.

Приложение 1. Программа мотивационного тренинга по Е.В. Сидоренко

Тренинговое действие	Время	Как это сделать	Примечание
1. Знакомство	30 мин.	Каждый участник отвечает на вопрос: «Что в моей личности помогает мне мотивировать других людей и что мешает?» Каждый последующий участник сначала повторяет сказанное предыдущим участником, потом говорит о себе	Тренер начинает круг с участника, который сидит недалеко от него, чтобы иметь возможность скорректировать процесс, если участники начинают говорить об отсутствии денег, времени и т. п.
2. Обобщение названных участниками преимуществ и проблем	5 мин.	Тренер подчеркивает, что одни и те же особенности могут одним людям помогать, а другим мешать мотивировать других людей. Формулирует цель тренинга: овладение методами активизации мотивов	Цитируя те или иные высказывания, тренер должен смотреть на тех участников, которым эти высказывания принадлежат
3. Введение норм	10 мин.	Тренер предлагает участникам обращаться друг к другу на «ты». Договаривается с тезками о том, как их будут называть в группе. Предлагает 3 нормы: активности, психологической и физической безопасности	На этой стадии тренер проявляет деловитость и твердость, вежливо и с чувством юмора пресекая долгие рассуждения. Все хотят работать, и большинству не нужны объяснения, почему он это делает
4. Лекция, структурирующая представления участников о мотивации	30 мин.	Предлагаемая в лекции структура должна быть тщательно продумана тренером, буквально им выстрадана. Он должен уметь ответить на любой вопрос по поводу этой структуры,	Обязательно использование иллюстраций из книг, кинофильмов, из жизни. Необходимо рисовать схему на флипчарте. В раздаточные материалы

		проиллюстрировать любой ее элемент. Лучше, если тренер сам ее создаст	включать схему не рекомендуется. Структура должна буквально «родиться» на месте, а участники должны почувствовать желание все это немедленно записать
5. Командная работа по установлению мотивационных групп	40 мин.	Материал о мотивационных группах рекомендуется включить в брошюру для участников*	Результаты командной работы должны быть записаны тренером на флипчарте
6. Обобщение работы по установлению мотивационных групп	10 мин.	Можно просто подсчитать, какие группы большинству участников труднее всего мотивировать. Можно указать, с какими из групп мы будем работать в процессе тренинга. Можно сформулировать те выводы, которые невозможно предусмотреть заранее	Распределение частоты упоминания разных мотивационных групп должно быть представлено на доске

***Командная работа по установлению мотивационных групп**

Цель – осознание участниками своих мотивационных задач в отношении сотрудников, партнеров, конкурентов, покупателей и других участников делового взаимодействия.

Инструкция

Для организации важно, чтобы у разных групп работников были разные побуждения. Задача тренера: определить группы работников и партнеров организации, различающиеся по тому, к чему их нужно побуждать. Заполняется таблица со столбцами: группа работников и партнеров, желательная для организации направленность побуждений, примечания. Результаты работы команд сообщаются одним представителем данной команды, а тренером записываются на флипчарте.

Продолжение таблицы

Тренинговое действие	Время	Как это сделать	Примечание
7. Ролевая игра-омнибус «Два отдела»	40 мин.	Это игра с гипотетическим сценарием тренера. Взаимодействие должно происходить внутри каждой из двух команд, а не между ними, чего нелегко добиться**	В процессе инструктирования участников тренер еще раз повторяет с ними основные закономерности терроризма и выдает им соответствующие алгоритмы
8. Подведение итогов игры «Два отдела»	10 мин.	Тренер должен суммировать способы территорилистического и антитеррористического мотивирующих воздействий	Можно при анализе игры дополнительно записывать в Алгоритмы находки группы и вообще изменять Алгоритмы
9. Ролевая игра «Терроризм в действии»	30 мин.	Это ролевая игра по гипотетическому сценарию участников***	Все находки должны фиксироваться на флипчарте

**** Ролевая игра-омнибус «Два отдела»**

Цель игры – испытание возможностей терроризма и антитерроризма в создании мотивации на цель и на результат в условиях современной фирмы.

Все участники объединяются в две команды. Составы отделов должны быть сбалансированными по: уровню внешней активности, экспрессивности; совокупной личностной силе участников (которая отнюдь не всегда совпадает с уровнем их внешней активности и экспрессивности); творческим возможностям.

Инструкция

Вы являетесь сотрудниками двух отделов фирмы по производству деликатесных молочных продуктов. Группа справа – отдел производства, группа слева – отдел маркетинга. Сейчас вам будет дано 10 минут для того, чтобы организовать пространство своего отдела. Помните, что вы должны опираться на законы терроризма и антитерроризма. Терроризм

выражается в том, что люди стремятся сначала захватить, а потом сохранить, отстоять, расширить, обогатить и улучшить свое жизненное пространство. Помогая людям в их территориистических стремлениях, мы их мотивируем. Однако и мешая людям в их территориистических стремлениях, мы тоже их мотивируем, так как помехи лишь усиливают и ожесточают борьбу за жизненное пространство. Правда, борьба за территорию может оттеснить на второй план борьбу за решение задачи и достижение высокого результата.

Намерения и действия, мешающие реализации чьих-либо территориистических стремлений, можно назвать антитерриторизмом. Антитерриторизм выражается в том, что мы мешаем другим людям захватывать, сохранять, расширять и обогащать их жизненное пространство.

Тренер раздает листки с алгоритмами пространственного и психологического терроризма и антитерриторизма каждому из участников.

Ваша задача – так организовать пространство своего отдела, чтобы добиться у сотрудников направленности на цель и на результат. Вы должны будете показать нам 5 минут из вашего рабочего дня, иллюстрирующие использование сил терроризма.

После того как первая команда закончит показ, тренер предлагает противоположной команде ответить на вопрос: какие возможности терроризма использовала команда?

Затем вторая команда демонстрирует 5 минут из своего рабочего дня, и на этот же вопрос отвечает первая команда.

При обсуждении результатов игры важно еще раз вернуться к идее мотивации как организации деловой среды.

***** Ролевая игра «Территоризм в действии»**

Цель – использование силы терроризма для повышения рабочей мотивации (направленности на цель и на результат).

Команды формируются по принципу «судьбы»: тренер по очереди назначает каждому участнику один из четырех цветов: зеленый, синий, желтый и оранжевый. Цвета должны быть по возможности нейтральными, не

вызывающими вполне определенных ассоциаций (например, «красными» и «белыми» лучше никого не назначать).

Инструкция

Разработайте план создания или усиления рабочей мотивации у сотрудника, используя силы территоризма. Сотрудником будет представитель другой команды, которого вы сами выберете. У команды синих это будет кто-то из команды зеленых, у зеленых – кто-то из команды желтых, у желтых – кто-то из команды зеленых, у зеленых – кто-то из команды синих. На разработку плана вам дается 10 минут. После этого вы должны будете реализовать ваш план.

Тренер дает 10 минут на подготовку сценариев. Это гипотетические сценарии, поскольку участники лишь с определенной долей вероятности могут предсказывать истинную реакцию представителя другой команды на их сценарий. Действенность их работы будет определяться по меньшей мере тремя факторами:

- выбором адресата;
- точностью и изощренностью сценария;
- точностью и артистизмом исполнения.

По истечении 10 минут тренер объединяет команды в общий круг, но так, чтобы участники одной команды сидели рядом.

Теперь начинаем мотивирующие воздействия. Пожалуйста, команда синих. Вы работаете с одним из участников команды зеленых. Кто это будет, кого вы выбрали в качестве адресата? (Команда называет своего адресата.) Хорошо. Вы можете расположиться в пространстве так, как считаете нужным. (Команда организует пространство.) Пожалуйста, начинайте!

Не стоит заранее оговаривать, сколько минут может или должно продлиться действие. Это первый опыт команд в совершении самостоятельного мотивирующего действия, поэтому не стоит требовать строгого соблюдения временных ограничений – они могут нарушить живой процесс творчества.

При обсуждении результатов работы каждой команды важно помнить о тонкой грани между организацией рабочей среды и психологической манипуляцией. Эта опасность особенно актуальна для антитерритористических методов, подразумевающих сознательное препятствование территорилистическим стремлениям других людей.

Продолжение таблицы

Тренинговое действие	Время	Как это сделать	Примечание
10. Лекция о мотивирующей силе договора	15 мин.	В лекцию должен быть включен и материал о соотношении активации с эффективностью деятельности	В раздаточные материалы рекомендуется включить заготовки для трех графиков с осями: активация (горизонтальная ось) и эффективность (вертикальная ось). Участники должны сами начертить графики
11. Игра «Контракт»	40 мин.	Каждая из команд предлагает свой контракт со своими условиями. В ответ противоположная команда может предложить изменить условия. Затем каждая команда объявляет свое решение о том, согласна ли она заключить предлагаемый ей контракт и согласна ли она принять измененные условия по собственному контракту****	Игра не должна превращаться в тренинг переговоров. Задача игры – исследование мотивирующей силы (и слабости) договора, а не переговоров, хотя переговоры, предшествующие заключению контракта, могут повлиять на мотивирующую силу контракта – и по интенсивности, и по направленности
12. Обсуждение игры «Контракт»	20 мин.	Важно подойти к идее субъективно неравного «веса» последствий выполнения и невыполнения контракта,	Активность участников во время обсуждения особенно важна. Хорошо, если они сами спонтанно

		субъективной «неравновесности» собственных обязательств и обязательств противоположной стороны. Важен вывод о нецелесообразности избыточной активации. Должны быть выявлены и другие факторы иррационального замутнения, которое вносится людьми в любой рациональный контракт	начинают чертить схемы, изображать символы на флипчарте и т. п.
--	--	--	---

****** Всеобщая ролевая игра «Контракт»**

Цель игры – определить, какие мотивы способствуют заключению, изменению или отклонению контракта.

Инструкция

Сейчас мы разделимся на две команды (тренер делит группу на две части по принципу судьбы, описанному выше). Теперь предлагаю каждой из команд подумать о том, какой контракт она могла бы заключить с другой командой. Контракт должен состоять из четырех частей:

Часть 1: Предполагаемое обязательство нашей команды. Наша команда сделает для вашей команды то-то и то-то (например, к 14:00 завтрашнего дня напишет каждому участнику команды записку с указанием трех его наиболее сильных личностных качеств).

Часть 2: Предполагаемое обязательство вашей команды. В обмен на это ваша команда сделает для нашей то-то и то-то (например, нарисует портреты каждого из участников нашей команды не позднее 14:00 завтрашнего дня).

Часть 3: Неустойка нашей команды. Если наша команда не выполнит обязательств, предусмотренных Частью 1, мы должны будем выплатить такую-то неустойку (например, принести вам большой торт не позднее 17:00 завтрашнего дня).

Часть 4: Неустойка вашей команды. Если ваша команда не выполнит обязательств, предусмотренных Частью 2, она должна будет выплатить такую-то неустойку (например, принести 2 бутылки шампанского не позднее 17:00 завтрашнего дня).

Таким образом, на первом этапе игры командам предлагают заключить контракт с взаимными обязательствами (Части 1 и 2) и неустойками, которые должны быть выплачены в случае невыполнения обязательств (Части 3 и 4).

На втором этапе команды получают время для обсуждения предложенных контрактов. Вы должны будете решить, согласны ли вы принять предложенный вам контракт со всеми его условиями. Если какое-то из условий предложенного контракта команду не устраивает, она готовит свои предложения по изменению условий контракта.

На третьем этапе каждая команда объявляет свое решение, при этом у нее есть три формальные возможности:

- принять предлагаемый контракт со всеми его условиями;
- предложить изменить некоторые условия контракта;
- отклонить предложенный контракт.

Продолжение таблицы

Тренинговое действие	Время	Как это сделать	Примечание
13. Лекционное сообщение о паразитизме	15 мин.	Лучше всего объяснять концепцию паразитизма на растениях, так как многие животные-паразиты вызывают непреодолимое отвращение. Главное – передать идею «многоэтажного» паразитизма и его эволюционного значения	Важно передать идею о том, что паразитизм – это взаимодействие двух или более организмов, а не организма и чего-то обобщенного, например, «компаний в целом» или «государства». Группе обязательно предъявляется иллюстрация из книги А.С. Серебровского

14. Командная работа «Свита паразитов»	30 мин.	Команды могут быть образованы самими участниками. Например, тренер предлагает объединиться тем, кто еще ни разу не работал вместе в малой группе. Каждой команде предлагается работать над анализом свиты, которая существует в фирме кого-либо из участников этой команды*****	Свиты должны быть изображены на флипчарте, на доске, на листах ватмана. Важно помнить о том, что целью работы является анализ мотивирующей силы паразитизма. Помимо модели свиты, тренер может использовать также модели «клубка» и «ловушки», описанные Е.В. Сидоренко и М.А. Мирошниченко (1999)
15. Обсуждение мотивирующей силы паразитизма	10 мин.	Группа объединяется в круг. Необходимо предоставить участникам возможность рассказать о случаях из своей практики. Паразитизм – большая тема, для большинства реальные или мнимые паразиты являются источником страданий. Обсуждение может вывести группу к проблемам собственного неосознаваемого паразитизма, формулированию разновидностей симбиоза и др.	Ведущий тренинга выписывает результаты обсуждения на флипчарте, объединяя основные гипотезы, предложенные группой

******* Упражнение «Свита паразитов»**

Целью упражнения является исследование текущей команды или организации, в которой сотрудники работают, в контексте паразитарной системы.

Ведущий тренинга представляет инструкцию для участников: первоначально тренер просит представить организацию, в которой работают участники тренинга, как растение, утопающее в паразитах; далее – тренер

дает 10 минут на обсуждение в малых группах образов, которые приходят к участникам, и саму возможность ассоциации организации с растением в паразитах. По истечении выделенного времени тренер просит участников выбрать один наиболее яркий образ и представить его схематически в виде рисунка. Очень важно, чтобы рисунок отражал то, кто на ком паразитирует и как это выражается. Следующий шаг состоит в презентации рисунков мини-группами друг другу. Задача участников во время презентации говорить о сути паразитарной системы организации. Задача тренера – объединить мнения участников и совершить переход к обсуждению темы о мотивирующей силе паразитизма.

Продолжение таблицы

Тренинговое действие	Время	Как это сделать	Примечание
16. Анализ собственной мотивации	25 мин.	Среди участников выбирается один, который будет рассказывать о собственной мотивации к работе. Он может говорить об открытиях, полученных в ходе тренинга, а может говорить то, чему ранее не предоставлялось места. Тренер помогает участнику сформулировать и резюмировать кратко его мотивацию к работе. Далее участники объединяются в пары и совершают подобный анализ по аналогии с демонстрационным	В ходе анализа ведущий тренинга должен отражать очевидное, держа в фокусе внимания необходимость кратких формулировок
17. Упражнение «Вызов»	15 мин.	Упражнение направлено на определение собственных ресурсов, позволяющих преодолевать препятствия на жизненном пути*****	Тренеру важно подбирать для участников такие фразы, чтобы они им верили
18. Завершение	25 мин.	Участники подводят итоги	По итогам тренинга

обучения и подведение итогов		трех тренинговых дней	тренер также дает свой отклик о днях, проведенных с группой
------------------------------	--	-----------------------	---

******* Упражнение «Вызов»**

В качестве цели упражнения формулируется фокус внимания на оптимистичной идее о мотивирующей силе дискомфорта и напряжения.

Ведущий тренинга предлагает участникам прямо сейчас сделать что-то, чтобы преодолеть зону комфорта. Важно, чтобы ведущий говорил о необходимости пребывать там каждому человеку, при параллельном процессе развития через напряжение. Тренер приглашает участников сделать что-то неудобное, неприятное или страшное, предоставив место чувствам, но попробовав сделать первый шаг на пути к изменениям. Тренер выделяет пять минут на реализацию самого действия. Очень важно, чтобы тренер озвучивал ограничение временного интервала участникам.

Приложение 2. Программа рефлексивного социально-психологического тренинга

Рефлексивный социально-психологический тренинг начинается со знакомства. Ведущий тренинга просит каждого участника назвать свое имя, рассказать о периоде работы в компании и сложностях, с которыми участники сталкиваются в процессе своей работы. Далее тренер напоминает название тренинга и запускает второй круг, в процессе которого просит участников ответить на вопрос: «Как я могу мотивировать себя на работу и как я могу мотивировать на работу других». Важно, чтобы ответы участников ведущий тренинга только слушал, но не комментировал. Далее тренер запускает третий открывающий круг и просит ответить участников на вопрос: «Что такого я слышу от других, что меня демотивирует к рабочей деятельности?»

В качестве резюме трех вводных кругов тренер, цитируя сказанное каждым из участников, подводит итог: каждого из нас могут мотивировать и демотивировать разнообразные аспекты; в этом мы индивидуальны, и задача состоит в том, чтобы понять свой мотивационный аспект и ресурс, который поможет его реализовывать в работе. Стоит обратить внимание на то, что тренеру будет легче подводить итоги вводных кругов, если он будет записывать за участниками их ответы на предложенные вопросы.

В качестве второго шага тренер задает границы в группе – обозначает регламент и правила функционирования группы.

Далее тренер раздает участникам результаты диагностики, выполненной ими до начала обучения. Анализ результатов диагностики проводится в групповом формате, когда тренер в лекционном формате рассказывает об особенностях феномена социальной идентичности и оцениваемых психологических ресурсах (жизнестойкости, ее компонентах, уровне переживания стресса, уровне удовлетворённости потребности в

работе). По итогам лекционной части ведущий тренинга просит каждого из участников выявить тот параметр, который может быть для него ресурсом в мотивации на рабочую деятельность, и тот параметр, который представляет собой ограничение для участника.

В качестве пятого шага тренинга реализуется упражнение «Самый немотивированный и самый мотивированный сотрудник в моей команде». Ведущий тренинга предлагает вспомнить каждому из участников два образа членов команды – наиболее мотивированного и наименее мотивированного, но тех, с которыми самим участникам было очень сложно или очень легко в работе. Это упражнение выполняется с пресуппозицией о том, что окружающие люди отражают нам самим собственные выпуклые социальные идентичности. Затем тренер проводит демонстрационную сессию, для этого он приглашает одного желающего принять участие в демонстрации. Тренер просит участника сначала представить своего самого немотивированного сотрудника. Когда участник его представляет, тренер просит выбрать того, кто будет «играть» этого участника. Далее тренер задает вопрос: «Скажи, а если бы этот человек мог сейчас говорить, то как бы звучало его послание тебе?». Участник, принимающий участие в демонстрации, называет послание. Важно, чтобы «игрок» повторил послание с выделенной интонацией в голосе. Далее такая же процедура проводится с самым мотивированным, по мнению вышедшего участника, сотрудником. И в конце тренер просит разместить по отношению к этим двоим самого себя и также сформулировать свое послание. После этого ведущий тренинга просит самого участника отойти в сторону и запускает голоса «игроков» до момента, пока участник не вспомнит ситуацию, в которой он слышал эти голоса в своей жизни. По факту проделанной работы тренер благодарит участника демонстрации и задает ему один вопрос: «Как эта динамика проявляется в твоей жизни сейчас и каким образом она влияет на твою мотивацию?». Полученные ответы тренер просит участника записать на листе бумаги.

Для того чтобы каждый из присутствующих смог выполнить это упражнение, тренер дает пошаговую инструкцию. Участники тренинга объединяются в пары. На выполнение упражнения необходимо 2 часа.

Вернувшихся участников, вспомнивших свою ситуацию и ответивших на итоговые вопросы, тренер объединяет в две группы и просит их найти ресурсы, которые помогли бы каждому из них поддерживать свою мотивацию в работе. После работы в мини-группах результаты обсуждаются на общем круге. Итоговое обсуждение проводится с опорой на мыследеятельностную методологию Г.П. Щедровицкого.

В качестве шестого шага тренер проводит шеринг по итогам первого дня работы, в котором просит участников озвучить свои осознания и наблюдения, полученные в ходе текущего дня.

Второй день тренинга начинается с короткого энергичного упражнения. Ведущий тренинга может его выбрать по собственному желанию. В целом, второй день направлен на работу с материалом, полученным участниками в первый день.

В качестве второго шага реализуется упражнение «Мотивированные и немотивированные сотрудники в моей команде». Задачей этого упражнения является изменение отношения к сотрудникам, у которых недостаточно мотивации, и формирование желания работать с ними, чтобы искать «ключик» к повышению их уровня мотивации. В ходе упражнения участники вспоминают рабочие ситуации, касающиеся работы подчиненного персонала, закончившиеся негативным исходом. Формируется список таких ситуаций. Результатом выполненного упражнения станет формирование нейтральных сценариев и соответствующей реакции на них. Это упражнение опирается на принципы рефлепрактики Г.П. Щедровицкого. Участник сначала описывает мир героя ситуации, а потом с помощью других участников команды наполняет его смысловым содержанием, включающим в себя цели, ценности, интересы, желания. В ходе этого упражнения участники, с одной стороны,

знакомятся с образом, а с другой – формируя к нему отношение, трансформируют его.

На третьем шаге в завершение игры тренер рассказывает о двух феноменах – эффекте ореола и самоисполняющихся предсказаниях. Эффект ореола представляет собой процесс, когда в представление о человеке включаются положительные черты. Самоисполняющееся предсказание – вера в полученную информацию, которая побуждает человека в реализации поведенческих сигналов в соответствии с полученной информацией.

На четвертом шаге участники сталкиваются с рефлексией выбора в упражнении «У камня». Ведущий тренинга воспроизводит сказанные участниками во время открывающего шеринга ситуации и предлагает посмотреть на них с позиции выбора. Тренер просит представить, что ситуация, с которой участники столкнулись, – это камень, лежащий на перекрестке. Каждая тропинка – это путь, совершенный выбор, который участники реализуют, сталкиваясь с ней. И в этот момент каждый из них выбор совершает, реагируя на ситуацию определенным образом. Тренер предлагает взять участникам четыре листа бумаги, написать варианты решений в той ситуации, которую они обозначали изначально. Важно, чтобы их было четыре. Далее тренер просит описать выбор относительно эмоциональных состояний, вызываемых ими; привычек, которые могут проявиться в процессе разрешения ситуации; знаний о людях, на которые участники могут опираться в ответ на совершенный выбор; жизненные принципы, лежащие в основе каждого выбора. Второй этап упражнения заключается в том, что каждый из участников тренинга получает листы бумаги от коллеги по тренингу. Каждый участник по очереди зачитывает чужую проблему, предлагаемые выборы и ответы на вопросы и комментирует свой взгляд на увиденную ситуацию. Завершает игру этап выхода из нее и обобщения опыта, за счет чего результат игры входит в последующую жизнь и работу участников эксперимента. Обобщение игрового опыта включало оценку уровня профессиональной состоятельности

в контексте мотивации персонала. Участники эксперимента анализировали не только компетенции активизации мотивов подчиненных, но и личные особенности мотивации в рабочей деятельности. Профессиональная состоятельность анализировалась с позиции модели четырех ресурсов – резервных, рабочих, внешних и освоенных. Она определялась как побуждающая активность, объединяющая два аспекта: достижения человека и стремление воспользоваться ими [75].

В завершение дня проводится итоговый шеринг, в котором участники отражают свои эмоциональные реакции и другие отклики по рефлексивному тренингу.