

Список цитируемых источников

1. *Moscovici, S.* On Social representations / S. Moscovici // *Social cognition : Perspectives on everyday understanding* ; ed. by P. J. Forgas. — London : [s. n.], 1981. — P. 181—209.
2. *Емельянова, Т. П.* Социальных представлений концепция / Т. П. Емельянова // *Психология : слов.* — М. : [б. и.], 1990. — С. 375—377.
3. *Abric, J.-C.* Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations / J.-C. Abric // *Papers on social representations.* — 1993. — V. 2. — P. 75—78.
4. *Vergès, P. L.* Evocation de l'argent: Une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation / P. L. Vergès // *Bulletin de psychologie.* — 1992. — T. XLV. — №. 405. — P. 203—209.

Материал поступил в редакцию 19.02.2014 г.

УДК 159.9

С. Л. Яцук, кандидат психологических наук, доцент

Н. С. Ануфрикова

Учреждение образования «Брестский государственный университет им. А. С. Пушкина», Брест

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООТНОШЕНИЕ СОТРУДНИКОВ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ

Введение. Работа сотрудников правоохранительных органов связана со стрессовыми ситуациями, ситуациями риска и принятия ответственного и своевременного решения. Это диктует определённый уровень профессионализма и компетентности, профессиональной мотивации, готовности и способности стоять на страже закона. От этого в решающей степени зависят укрепление государственности, правопорядка, общественной безопасности и усиление борьбы с преступностью. Поэтому значительный научный и практический интерес представляет изучение особенностей профессионального самоотношения и его взаимосвязи с показателями профессиональной деформации у сотрудников правоохранительных органов.

Профессиональное самоотношение личности рассматривается как динамическая система смысловых структур и процессов, отражающих объективные отношения индивидуальных свойств личности к практической реализации мотивов и ценностей труда и обеспечивающих подчинение профессиональной деятельности, общения и карьеры устойчивой структуре этих отношений.

Профессиональное самоотношение обеспечивает субъекту ориентировку в собственных свойствах и состояниях, существенно влияющих на процесс и результаты профессиональной деятельности, и на этой основе опосредует осознанную саморегуляцию трудовой деятельности, делового общения и служебной карьеры; обуславливает осознанную саморегуляцию возникающих в процессе труда функциональных состояний; управляет формированием стиля профессиональной деятельности; конституирует «вершинные» проявления личности в качестве субъекта профессии, в частности, профессиональную зрелость и профессиональную мудрость [1].

Профессиональное самоотношение даёт возможность учесть индивидуальные особенности в качестве значимых условий в содержании профессиональных целей, планов, программ, прогнозов, решений, критериев оценки успеха — неуспеха и т. д. Оно также управляет формированием оптимального стиля профессиональной деятельности, компенсирующего недостатки и мобилизующего индивидуальные достоинства субъекта [2].

Рассмотрение профессионального самоотношения личности сотрудников правоохранительных органов объясняется, с одной стороны, тем, что индивидуальные характеристики человека (установки, потребности, интересы, уровень притязаний, особенности интеллекта и др.) оказывают значительное влияние на выбор профессии и ход профессиональной адаптации, могут как способствовать формированию профессионального мастерства и творческому подходу к трудовой деятельности, так и препятствовать профессиональному становлению (например, в случае отсутствия общих профессиональных способностей — активности, саморегуляции, помехоустойчивости и др.), приводить к профессиональной деформации; с другой — профессиональная деятельность оказывает обратное влияние (позитивное или негативное) на личностный онтогенез, например на формирование самооценки, самоотношения.

Для милиционеров труд представляет собой исполнение воинского долга, в котором сотрудник реализует себя как субъект профессиональной деятельности, повседневных служебных отношений и собственного развития. Учитывая тот факт, что служба для милиционера — это его образ жизни, представляется возможным систематизация, интеграция и уточнение понятия «профессиональное самоотношение» личности сотрудника милиции.

Сформированность позитивного самоотношения в личностно-профессиональной «Я-концепции» сотрудников правоохранительных органов играет роль для несения службы, выполнения воинского

долга. Уровень и тип позитивного самоотношения влияет на профессиональные качества сотрудника милиции, его деятельность, психологическое и физическое состояние [3].

Таким образом, от уровня профессионализма и компетентности, профессиональной мотивации, готовности и способности стоять на страже закона в решающей степени зависят качество осуществляемой сотрудниками правоохранительных органов деятельности.

Основная часть. Настоящее исследование посвящено выявлению показателей профессионального самоотношения сотрудников правоохранительных органов. Участие в исследовании приняли 76 респондентов. Для изучения показателей профессионального самоотношения применялся опросник К. В. Карпинского, А. М. Колышко.

В итоге обработки данных были получены следующие результаты: у 56% опрошенных сотрудников наблюдается высокий уровень внутренней конфликтности в профессии, это говорит о переживании чувства бесполезности, ненужности, недоверия к себе как специалисту. Такие сотрудники сомневаются в правильности выбора профессии. В основном высокий уровень внутренней конфликтности наблюдается у молодых сотрудников, стаж службы которых не превышает 5 лет. У 33% анкетированных уровень внутренней конфликтности низкий и у 11% — средний.

Исходя из приведённых результатов, можно говорить о единстве профессиональных требований и индивидуальных возможностей. Сотрудник ощущает свою востребованность и компетентность в решении профессиональных вопросов. На наш взгляд, такие результаты свидетельствуют о наличии позитивной тенденции в снижении внутренней конфликтности по мере освоения профессии.

По шкале «профессиональное самоуважение» 75% сотрудников получили высокие баллы. К данной шкале можно отнести степень уверенности в себе как профессионале и самопривязанность в профессии (58% и 46% соответственно). Такие сотрудники уверены в своей профессиональной компетентности, опытности, умелости. Они гордятся собой как специалистами, стараются занимать лидирующие позиции в коллективе.

Низкие баллы по данным шкалам наблюдаются у 8% респондентов. Здесь речь идёт о неуверенности в профессиональных навыках, склонности переоценивать профессиональную подготовку своих коллег. Такие сотрудники не претендуют на роль лидера, в трудовом коллективе скорее станут подчиняться, чем командовать другими. При этом уровень ответственности при выполнении заданий высокий, интересы коллектива занимают главенствующее место.

Полученные результаты по данным шкалам выступают свидетельством того, что, несмотря на наличие внутренней конфликтности, респонденты находят внутренние ресурсы для обоснования престижности избранной профессии.

Самозффективность в профессии включает в себя самооценку личностного роста и саморукводство. Эти шкалы говорят об отношении сотрудника к себе как добросовестному и ответственному работнику, способному к преодолению препятствий и достижению сложных целей в труде. Это же можно сказать о влиянии самой профессиональной деятельности на личность и черты характера специалиста (развивает и совершенствует, либо деформирует личность, делает чётрстым и грубым человеком). Опрошенные сотрудники разделились по данным критериям на три группы: сотрудники с высоким уровнем самозффективности в профессии — 23%, средним — 38%, низким — 39%.

На наш взгляд, такое резкое разделение может быть обусловлено различным уровнем образования, стажем и профессиональной компетентностью.

При проведении исследования удалось выявить общий показатель позитивности профессионального самоотношения: у 22% респондентов наблюдается высокий уровень позитивности профессионального самоотношения, у 68% — средний и у 10% — ниже среднего.

Полученные результаты говорят о том, что большинство сотрудников рассматривает себя как положительного субъекта профессиональной деятельности. Часть респондентов не соотносит свои личные качества с профессиональными, им сложно представить дальнейшее личностное и профессиональное развитие, что приводит сотрудников к мысли о реализации себя в другой сфере деятельности.

Сомневаются в своём профессионализме и компетентности, наличии профессиональных знаний, умений, навыков 45% опрошенных. Они считают, что эта работа им не подходит, чувствуют эмоциональную усталость и истощённость, нежелание заниматься данной деятельностью. Необходимо отметить наличие у таких сотрудников хронических заболеваний. Всё это можно отнести к шкале «самоуничтожение» — негативного оценивания себя как профессионала.

Заключение. Результаты проведённого исследования по выявлению показателей профессионального самоотношения сотрудников правоохранительных органов указывают на необходимость проведения просветительской и профилактической работы.

Условием, повышающим эффективность профессионализма сотрудников, выступает разработка и проведение активных методов обучения, направленных на совершенствование коммуникативных навыков, развитие чувства уверенности в себе, помощь в самосовершенствовании. Полученные в итоге проведения исследования результаты могут быть полезны в работе психолога для выявления особенностей профессионального самоотношения сотрудников милиции, при подборе кадров, а так же для руководителей органов Министерства внутренних дел.

Список цитируемых источников

1. Карпинский, К. В. Профессиональное самоотношение личности и методика его психологической диагностики : моногр. / К. В. Карпинский, А. М. Колышко. — Гродно : ГрГУ, 2010. — 140 с.
2. Моросанова, В. И. Индивидуальный стиль саморегуляции: феномен, структура и функции в произвольной активности человека / В. И. Моросанова. — М. : Наука, 2001. — 192 с.
3. Пантилеев, С. Р. Методика исследования самоотношения / С. Р. Пантилеев. — М. : Смысл, 1993. — 32 с.

Материал поступил в редакцию 19.02.2014 г.

УДК 159.9

С. Л. Яцук, кандидат психологических наук, доцент

Ю. С. Веремчук

Учреждение образования «Брестский государственный университет им. А. С. Пушкина», Брест

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ У ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РАЗНЫХ ТИПОВ

Введение. Поведение потребителей — относительно новая научно-прикладная дисциплина, которая возникла на стыке экономики, менеджмента, маркетинга и психологии и постепенно вобрала в себя колоссальное количество научной информации, теорий и гипотез, исследовательских методов и приёмов не только из этих, но и многих других отраслей знаний. За последнее десятилетие в мире вышло большое количество книг, посвящённых изучению поведения потребителей [1].

Проблемами изучения потребительского поведения занимались К. Маркс, Т. Веблен, Г. Зиммель, В. Зомбарт, М. Вебер, Д. Статт, О. С. Посыпанова и др.

Потребитель — индивид или организация, покупающие, использующие, владеющие и утилизирующие товар или услугу. Потребителями могут являться люди, группы людей, а также организации различного масштаба и профиля деятельности, использующие товары, услуги, идеи. Какие бы социальные роли мы ни играли в своей жизни: студента, дочери, родителя, рабочего той или иной специальности, — мы все так или иначе ежедневно выступаем в роли потребителей. Мы постоянно покупаем различные товары и пользуемся какими-то услугами для того, чтобы есть, одеваться, читать, смотреть телевизор, играть; поддерживать свое здоровье, зарабатывать, а также для того, чтобы стать если не мудрецами, то хотя бы просто образованными людьми. Поэтому акт потребления — органичная и неотъемлемая часть нашего ежедневного существования.

Основная часть. Определение основных покупателей многих товаров не вызывает затруднений: бритвенные принадлежности приобретают мужчины, колготки — женщины. Но даже в ответах на такие, казалось бы, очевидные вопросы маркетингологи должны проявлять осторожность, так как покупательские роли не есть нечто застывшее.

По мнению О. С. Посыпановой, можно выделить 7 типов потребителей: инноваторы, модники, традиционалисты, консерваторы, индивидуалисты, ситуативисты и равнодушные. Данная типология основана не на характеристиках образа товара (качество, цена, внешний вид), а на его атрибутах, поскольку в ответах о характеристиках потребитель чаще всего выбирает высокое качество, внешний вид, заранее заданный рекламой и социальными нормами, а ответ на вопрос о цене больше коррелирует с его амбициями и внутренними конфликтами, нежели с реальным доходом. При реальной покупке, безусловно, люди часто ведут себя в полной противоположности: качество покупки рассматривается в соответствии с ценой, внешний вид определяется наличием подобного товара у значимого другого, поэтому реальная и эмпирически выверенная сегментации не совпадают [2].

Выбирая тот или иной товар, потребитель оценивает его не только по набору атрибутов, но также исходя из своей системы ценностей.

В настоящее время существует множество различных определений понятия «ценность», например, М. Рокич определяет ценность как «устойчивое убеждение в том, что определённый способ поведения или конечная цель существования предпочтительнее с личной или социальной точки зрения, чем противоположный или обратный им способ поведения, либо конечная цель существования» [3].

Ценностная ориентация — это способ организации человеком своего поведения в соответствии с осознанными мотивами, возведёнными в ранг смысложизненных ориентиров. Исходя из данного определения, ценностные ориентации выступают в качестве индивидуальной идеологии стиля жизни. Они формируются при усвоении социального опыта и проявляются в целях, идеалах, убеждениях, интересах и других элементах внутреннего мира, реализуются в поведении личности.

В структуре деятельности ценностные ориентации тесно связаны с познавательными и волевыми сторонами, они обеспечивают устойчивость личности, преемственность определённого типа поведения.