

УДК 331.101.3:30

М.С. Каз

**СТРАТЕГИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ
В СТРУКТУРЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Статья посвящена вопросам прогнозирования карьеры с учетом индивидуальных возможностей конкретного работника на основе концепции «мира труда» и когнитивно-ценностного подхода. Приведены результаты прикладного исследования трудового продвижения рабочих одного из предприятий. Выявлено и описано шесть стратегий профессионального продвижения.

Ключевые слова: эмоциональный менеджмент, профессиональное продвижение, мир труда.

Эмоции человека выполняют адаптивные, защитные и обучающие функции. Теория когнитивного диссонанса утверждает, что они возникают в результате несбалансированности образа действительности, сформировавшегося в сознании личности, и факторов внешней среды. Возникающая в ответ тенденция к сбалансированности есть, по мнению Ф. Хайдера, попытка «свести к оптимальному уровню стресс, вызванный... воспринимаемыми единицами и эмоциями» [1. С. 176].

В частности, в формировании выявленной нами составляющей ментальной сферы работника, обозначенной понятием «образ мира труда» [2, 3], как показывают многочисленные исследования, важную роль должны играть представления о будущем. «Притязания, — отмечает К.А. Абульханова-Славская, — являются устойчивыми личностными образованиями. Представляют своего рода пространство, с позиций которого оцениваются (иногда отвергаются) те или иные мотивы, побуждения» [4. С. 234]. Они позволяют противостоять потере смысла деятельности. «При условии, что новые идеалы будут наполнены жизнью, они незаметно вытеснят старые ценностные представления. Люди держатся за старые взгляды до тех пор, пока не появится что-нибудь лучшее, имеющее смысл и доказывающее свою пригодность ежедневной практикой» [5. С. 203].

В научной литературе уделяется внимание продвижению как методу мотивации работников. Однако дальнейшего исследования требует вопрос прогнозирования карьеры с учетом реальных возможностей каждого конкретного работника. С точки зрения теории когнитивного диссонанса установление работнику завышенных рубежей ведет к конфликту между культурно-предписанными целями и невозможностью их достичь. В результате работник реагирует на сложившуюся ситуацию путем отвергания или целей, или средств, или того и другого вместе.

Нами было проведено исследование трудового продвижения рабочих опытного производства одного из предприятий г. Томска. Сведения о фактическом профессиональном продвижении рабочих по разрядам на основе данных личных карточек были обобщены в виде матрицы.

На графике цикла профессионального продвижения (рис.1), рассчитанного на основе матрицы, ясно просматриваются три зоны:

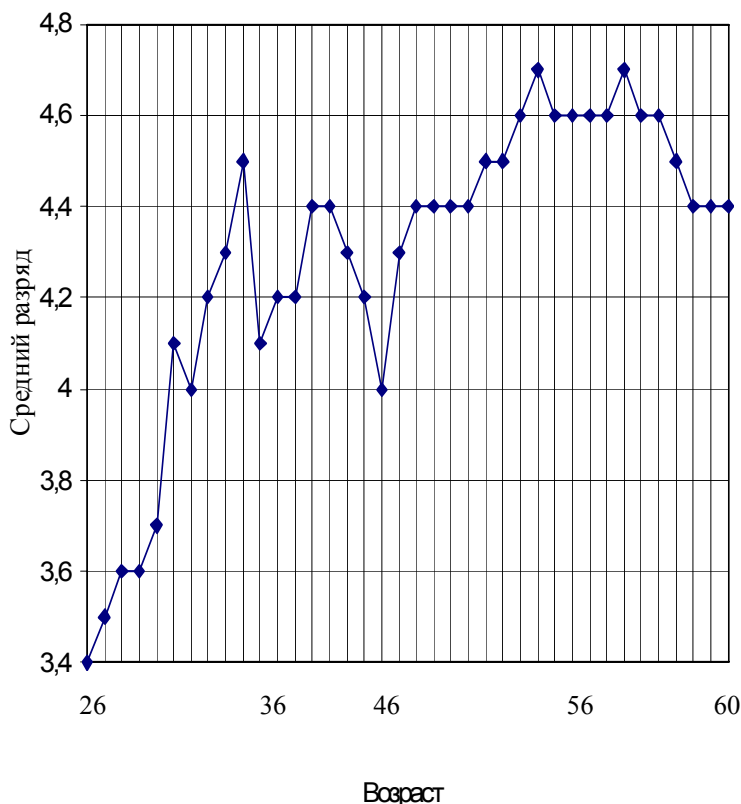


Рис. 1. График продвижения рабочих

– зона поисковой активности. Периоды роста разряда работников в пределах этой зоны прерываются неоднократной сменой профессии и, как следствие, снижением разряда. Возрастная граница поисковой активности в НИИПП – 42 года;

– зона роста. Ее характеризует тенденция последовательного роста квалификации. Граница этого этапа приходится на возраст 56 лет. Средний разряд в течение этого этапа поднимается до 5;

– зона спада. Располагается за чертой возраста 56 лет. В этот период разряд работника перестает расти. Нередко рабочие переходят на более легкую работу с сопутствующим этому понижением разряда.

Проведенный анализ позволил в рамках данной общей закономерности выявить специфику продвижения отдельных групп рабочих.

Выявлено шесть стратегий продвижения:

– роста. Включает рабочих, разряд которых возрастает на протяжении всего времени работы на предприятии, за исключением небольшого снижения в последний период работы (рис. 2);

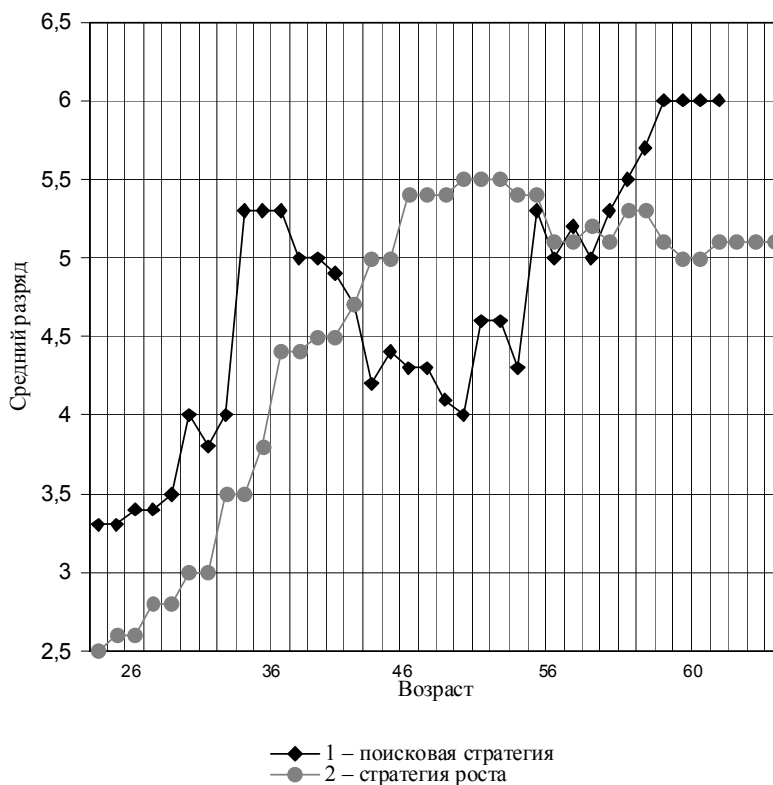


Рис.2. Стратегии продвижения рабочих

– стабильности. Рабочие, входящие в эту группу, имеют стабильный разряд на протяжении очень длительных периодов времени или всей трудовой карьеры;

– поисковая. Отличается сложным «рисунком» профессионального продвижения. Периоды повышения разряда чередуются с периодами его снижения в связи со сменой профессии (рис. 2);

– спада. Характеризуется тенденцией к резкому снижению разряда;

– «пиковая» стратегия. Ее особенность – рост разряда и его последующее снижение.

– U-стратегия. В процессе трудовой деятельности на предприятии происходит снижение разряда, а в последующем его повышение.

Очевидно, что перспективы профессионального продвижения должны определяться по-разному для разных групп работников.

Ряд авторов указывают на существование взаимосвязи между жизненной стратегией и складом личности [4. С. 41–42], отношением личности к предметному миру, к другим людям, к самому себе [6. С. 37], что является отражением личностных особенностей [7. С. 4].

Тестирование исследованной группы рабочих позволило поставить в соответствие некоторым типам стратегии делового продвижения определенные стили взаимодействия работника с трудовым окружением.

Так, работников, для которых характерна стратегия неуклонного роста, отличают такие психологические черты, как выраженная потребность в соответствии социальным нормам поведения, гибкость в контактах, коммуникативность, доброжелательность, стремление к полезной деятельности (69% членов данной группы). Стратегия стабильности в большей мере присуща работникам замкнутым, критически настроенным к любым мнениям. Она также характерна для работников с «зависимо-послушным» типом межличностных отношений, зависимых от мнения окружающих, неуверенных в себе (64%). Тенденция к преобладанию поисковой стратегии установлена у работников, отличающихся повышенным чувством справедливости, прямолинейных в высказываниях и поступках, повышенно-обидчивых.

Пилотное тестирование указывает на возможность в процессе дальнейших исследований углубить представления о взаимосвязи характера профессионального продвижения с особенностями склада личности. Это позволит формировать в контрактах с работниками раздел «Прогноз профессионального продвижения», задающий стратегию развития, трансформирующий их систему представлений и личностных смыслов.

Литература

1. *Heider F.* The psychology of interpersonal relations. N.Y., 1958.
2. *Каз М.С.* Динамика экономического знания и мотивация труда: Когнитивно-ценностный подход. Томск: Том. гос. ун-т, 2003.
3. *Каз М.С.* Почему в экономических исследованиях необходим когнитивный подход? // Вопросы философии. 2009. № 4. С. 29–40.
4. *Абульханова-Славская К.А.* Стратегия жизни. М.: Мысль, 1991.
5. *Рюттингер Р.* Культура предпринимательства. М.: Эком, 1992.
6. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2002.
7. *Собчик Л.Н.* Методы психологической диагностики. М., 2008.