

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ КРОССКУЛЬТУРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Захарова Н.Л.¹, Царькова Л.В.²

¹Захарова Надира Летфулловна - доктор психологических наук, доцент,
кафедра прикладной психологии,

Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области
Технологический университет («МГОТУ»), г. Королев;

²Царькова Людмила Викторовна - кандидат психологических наук,
кафедра психологии, педагогики и психологического консультирования,
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Национальный Институт им. Екатерины Великой, г. Москва

Аннотация: объектом исследования является ценностная сфера субъектов профессиональной деятельности, раскрывающаяся в этическом, материальном, социальном, коммуникативном, профессиональном, творческом компонентах. Предмет исследования – специфические характеристики и содержание ценностных ориентаций специалистов российских и немецких компаний в сфере ИТ-технологий, а также комплекс интериоризированных потребностей субъекта деятельности в процессе адаптации специалистов к профессиональной культуре Германии. Различия профессиональных ценностей в творческой сфере специалистов разных стран выступают основанием для определения специфики организационной культуры компаний, предполагающей развитие значимых мотивов в процессе повышения результативности труда.

Целью нашего исследования было выявление особенностей профессиональных ценностей субъектов деятельности, работающих в России и Германии. Выявление специфики профессионально-ценостной сферы в условиях межкультурных коммуникаций позволяет увидеть барьеры делового взаимодействия и разработать превентивные меры для их устранения. Методологической основой исследования являются теоретические положения отечественных и зарубежных ученых о детерминации ценностной сферы социальными и профессиональными факторами. В работе определяется динамика профессиональных ценностей российских специалистов, свидетельствующая о повышении этических факторов в деятельности россиян, значимости материальных и социальных условий профессиональной деятельности. Новизна исследования заключается в выявлении особенности профессиональных ценностей субъектов деятельности в России и Германии, которые являются следствием влияния социальных факторов, развития социально-профессионального пространства. Результаты исследования позволяют прогнозировать дальнейшие изменения в системе профессиональных ценностей и в соответствии с этим формировать систему мотивирования работников.

Ключевые слова: субъект деятельности, профессиональные ценности, специалисты – переселенцы, трудовая адаптация, этическая сфера, барьеры, культурная идентичность, модели поведения, самоидентификация, самореализация.

Ценность является отражением оценки человеком различных объектов внешнего и внутреннего мира в результате сравнения и выражает их степень субъективной значимости. В филогенетическом аспекте ценности связаны с выживанием племени, народа, проживающим в конкретных климатических, географических и исторических условиях. Поэтому можно сказать, что ценности в целом являются продуктом целого этноса, сформированного в ходе исторического процесса, и входят в понятие его культуры. Взаимодействие представителей разных этносов, народов всегда будет носить межкультурный характер, что в основе своей означает большую или меньшую неконгруэнтность их культур. Очевидно, что профессиональные ценности, входящие в структуру мировоззрения субъекта деятельности, не только определяют содержание и результаты трудовой деятельности человека, но и являются отражением культурной реальности, развития этнической специфики общества. Можно, предположить, что определение особенностей профессиональных ценностей специалистов разных стран позволит выявить общее и специфичное в мировоззрении субъектов деятельности. В условиях межкультурной коммуникации субъектов деятельности выявление специфики профессионально-ценостной сферы позволит увидеть возможные барьеры делового взаимодействия и разработать превентивные меры для их устранения.

Не менее значимым является вопрос развития субъекта профессиональной деятельности в культурных традициях и условиях другой страны. В этом случае две культуры – влияющаяся и принимающая – вступают в реципиентно-донорские отношения. Межкультурные коммуникации могут проходить с полным замещением культуры реципиента донорской культурой (ассимиляция), частичным замещением (интеграция) и отторжением культуры-донора. Отторжение новой культуры может происходить с сохранением старой культурной идентичности (сепарация) или с ее потерей (маргинализация) [1].

Очевидно, что детерминация процессов взаимодействия двух культур происходит под воздействием ряда факторов, как личностных, так и социальных. К личностным факторам относят возраст, образование, коммуникативную культуру, качества личности, способности, установки, потребности, систему ценностей и т.д., которые объективируются в межличностных, в том числе и производственных отношениях. Одним из главных социальных факторов является занятость переселенца трудовой деятельностью как условие постоянного нормативного общения с представителями донорской культуры. Образование переселенца, его способности, тип мышления, профессиональные ценности, а также профессия, трудовая занятость как функционирование в нормативном окружении, влияет на тип межкультурных коммуникаций. Это означает, что некоторая часть культурных норм, ценностей, свойственных культуре-донору, будет принята и освоена реципиентом – переселенцем. Однако, остается открытым вопрос о наиболее общих и быстро интериоризируемых профессиональных ценностях субъектом деятельности. Ответ на этот вопрос, а также определение закономерностей развития профессиональный ценностей у субъектов в различных социальных и производственных средах позволит руководителям компаний эффективно проводить политику по трудовой адаптации специалистов - переселенцев.

Каждой культуре свойственна своя система ценностей, институциональных норм, реализующихся в социально желательных моделях поведения, формах коммуникативного взаимодействия относительно различных сфер жизнедеятельности, в том числе и профессиональной. Принятие данных норм является необходимым базисом для становления полноправного, адекватного субъекта трудовой деятельности. В этом контексте для нас интересными являются исследования российских и немецких психологов, отмечающих особенности этих двух культур. Так, авторами Д. Кумбир, Ф. Тун отмечаются принципиально разные подходы немцев и русских к планированию. В то время как представитель русской культуры удовлетворяется общим планом предстоящей работы, планируя заниматься возможными возникающими проблемами по мере их появления, представитель немецкой культуры продумывает свой план детально с учетом возможных трудностей и продумывает заранее пути их решения. Для первого ненужной тратой времени являются размышления о том, чего может и не возникнуть, для другого – решение проблем, возникновение которых можно было предусмотреть [8].

Целью нашего исследования стало выявление особенностей профессиональных ценностей субъектов деятельности, работающих в России и Германии. Всего было опрошено 142 специалиста (компьютерные технологии), из них – 75 человек являются работниками российской компании (первая группа испытуемых), 67 - специалисты, эмигрировавшие из постсоветских стран и проживающие в Германии (вторая группа испытуемых). Средний возраст испытуемых – 35,7 лет. В качестве основного метода исследования явился письменный опрос специалистов с помощью опросника «Профессиональные ценности сотрудников организации», разработанного В.М. Львовым, Н.Л. Шлыковой (Захаровой). Опросник охватывает профессиональные ценности семи сфер производственной среды: профессиональная, организационная, коммуникативная, креативная, материальная, социальная, этическая. Дифференциация профессиональных ценностей по сферам позволяет более детально выявить существующие различия между группами специалистов, составляющих выборки исследования. Оценка значимости факторов профессиональной среды проводилась по 10-балльной шкале. Данный опросник позволил также выявить степень удовлетворенности респондентами профессиональной средой. С этой целью респонденты оценивали по 10-балльной шкале реализацию ценности в их организации.

Полученные данные позволили выявить сферы производственной среды, ценности которых наиболее значимы. Для первой группы респондентов такими сферами явились: этическая сфера ($\bar{x}=8,52$), социальная сфера ($\bar{x}=7,12$), материальная сфера ($\bar{x}=6,87$). Это означает, что для российских специалистов крупной компании на первом месте являются этические ценности: соблюдение этических норм, отсутствие возможности скрытия важной информации от коллег, подчиненных или клиентов. Необходимо отметить, что повышение значимости факторов этической сферы было обнаружено в 2007 году [5]. В 2012 году мы писали: «Если в 2002 г. ценности этической сферы были средней выраженности, то сегодня их значения достигли уровня высокой значимости... Интересным является тот факт, что по сравнению с 2007 г. более высоко ценится гуманистическая направленность внешней политики организации» [5, с.208]. Наивысшие значения в этической сфере выявлены по фактору «Формирование рационального психологического климата в коллективе» ($\bar{x}=9,02$).

Высокие значения факторов социальной и материальной сфер свидетельствуют о высоких потребностях российских специалистов в соблюдении трудового законодательства, социальных льгот и вознаграждения, соответствующего их статусу в организации и затраченным личностным и профессиональным ресурсам. Наибольшие значения имеют факторы: «Долгосрочные (бессрочные) трудовые договоры» ($\bar{x}=8,02$), «Соблюдение законодательства о труде» ($\bar{x}=7,05$), «Предоставление жилья, кредитов на его приобретение» ($\bar{x}=7,24$). Результаты исследований в 2012 году свидетельствуют о тех же значимых факторах, что означает: для россиян, по-прежнему, важным является возможность стабильно работать в условиях соблюдения законодательства. При этом проблема жилья является высоко

значимой для российских специалистов. При анализе данных 2012 и 2019 гг. выделяется лидер «Вознаграждение за работу соответствует ее объему и сложности». Высокую значимость этого фактора можно объяснить постоянно возрастающей сложностью деятельности, ростом объема функциональных обязанностей.

Наименьшую значимость у российских специалистов имеют креативная ($\bar{x}=6,23$) и организационная ($\bar{x}=6,11$) сферы. Значения по данным сферам выше среднего, однако, не самые высокие. Можно предположить, что потребность в творческой активности у российских специалистов достаточно высокая, но не является доминирующей. Для них также имеют значение факторы оптимальной организации деятельности, рационализации производственного процесса. Согласно нашим предыдущим исследованиям, особенности организационной сферы не вызывали значительного интереса у специалистов [5]. В 2012 году мы писали: «Сегодня мы можем сделать вывод о смене отношения специалистов к категории «время»: все факторы, связанные с использованием времени труда и отдыха, становятся высоко значимыми» [5, с. 207]. В 2019 году мы констатируем, что на примере данной выборки можно видеть российских специалистов, которые в большей степени затрачивают свои усилия на удовлетворение социальных и материальных потребностей, чем на рационализацию производственного процесса.

Самые низкие значения получены по факторам профессиональной ($\bar{x}=5,46$) и коммуникативной ($\bar{x}=4,14$) сфер. Такие данные говорят о том, что специалисты в наименьшей степени придают значение повышению профессиональной компетентности, профессиональному развитию, не нуждаются в своем большинстве в психологической и профессиональной поддержке со стороны коллег или руководителей. Отметим, что в 2012 году значимость психологической поддержки со стороны коллег для россиян достигала 9 баллов [5, с.206]. Причина такого «смещения» показателей, очевидно, во-первых, в особенностях организации коммуникативной сферы и деятельности, во-вторых, в направленности россиян на самостоятельное решение проблем, стремлении россиян надеяться только на себя, а не на внешние обстоятельства или помочь со стороны.

Специалисты-переселенцы, работающие в Германии (вторая группа респондентов), в наибольшей степени ценят факторы этической сферы ($\bar{x}=9,12$), что сближает их с российской выборкой. На втором месте по значимости у респондентов второй группы – факторы креативной сферы ($\bar{x}=8,68$). Это отличие от результатов, полученных на российской выборке, которое свидетельствует о том, что у наших бывших соотечественников, работающих в Германии, творческий подход к делу является высоко значимым, необходимым для достижения результатов профессиональной деятельности. Далее по значимости находятся социальная ($\bar{x}=7,14$), материальная ($\bar{x}=7,02$), организационная сферы ($\bar{x}=6,81$). Наиболее низкие значения получены по факторам коммуникативной ($\bar{x}=5,42$) и профессиональной ($\bar{x}=5,11$) сфер. Однако отметим, что для респондентов обеих выборок одинаково значимыми являются наличие знаний, необходимых для успешной деятельности, наличие необходимых навыков (умений), безопасность труда. С 2002 года (начала нашего исследования профессиональных ценностей), т.е. на протяжении 17 лет для субъектов труда России остаются на среднем уровне значимость престижности профессии и несложности выполнения трудовых функций, а высоко значимым является фактор взаимосвязи результатов работы с деятельностью организации. Этот факт свидетельствует о том, что для российского специалиста, в том числе, специалиста – переселенца имеют значение ценности своего пребывания в организации, а также развитие организации. Можно предположить, что это не что иное, как следствие коллективистической направленности ценностной сферы российского человека. Очевидно, что данное предположение требует дополнительного исследования, однако имплицитная составляющая взаимосвязи собственных результатов с результатами коллективного субъекта (в нашем случае, организации) – это потребность быть отмеченным обществом, принятым и оцененным коллективом, потребность в личном вкладе в общее дело.

Исследователи отмечают, что в основе возникающих межкультурных разногласий и сложностей лежит ряд системообразующих факторов. Один из таких факторов, составляющий русский культурный стандарт, – отношение к группе (коллективу). Ученые говорят о важности самоидентификации русского человека с референтной группой. Мнения, отношения, предпочтения, ценности личности во многом зависят от группы, принадлежность к которой является субъективной ценностью. Отношение к окружающим, к коллегам строится по принципу «свой – чужой». Сильная самоидентификация с группой приводит к редукции индивидуальности в угоду групповой идентичности. Русские испытывают потребность во взаимной поддержке членов «своей» группы и гордость за нее, обратной стороной чего является необходимость взаимозависимости с ее членами. Естественным для такого мировосприятия является групповая ответственность [2, 3].

Согласно исследованиям Г. Хоффстеде, русские больше опираются на социальную поддержку, на групповую ответственность, на групповую взаимозависимость. Для немцев важна личная ответственность, автономность и значительная независимость от группы, дифференциация своих целей,

потребностей, ценностей от групповых и организационных. Неслучайно немецкую культуру относят к индивидуалистическим культурам, а русскую отмечают как стремящуюся к коллективистическим [7].

Материальная сфера для обеих групп одинакова значима. Ценность, по которой лидируют представители второй группы - вознаграждение за работу должно соответствовать статусу человека в организации. Для российских специалистов наиболее значимым явился фактор соответствия вознаграждения за работу степени материальной и моральной ответственности за жизнь и здоровье людей. Материальный доход рассматривается социологами как фактор статуса, а именно как составляющий компонент социального статуса, например, при соотнесении с определенным социальным классом. Психологи рассматривают материальный доход как основу и источник чувства собственной значимости и социального признания [3]. Можно предположить, что для немецких и российских специалистов важным является социальный статус и принадлежность к более обеспеченным общественным слоям, в связи с чем факторы материальной сферы достигли высоких значений.

Для анализа фрустрированности профессиональных сфер и отдельных их составляющих ценностей сравним и проанализируем ценности и полноту их проявлений.

Самыми фрустрированными профессиональными сферами для первой группы стали (в порядке уменьшения степени фрустрированности) социальная, материальная, этическая, креативная сферы. Для второй группы такими сферами явились: материальная, социальная и креативная сферы.

Рассмотрим социальную сферу, в которой у первой группы самой нереализованной ценностью является получение от организации жилья или долгосрочного кредита на его приобретение. Высокий уровень противоречий между желаемым и действительным у российских специалистов по факторам: возмещение средств на проезд в городском транспорте, содержание детей в дошкольных и внешкольных учреждениях, а также ожидание частичной оплаты медицинских услуг. В целом у первой группы из 9 ценностей, составляющих социальную сферу, нет ни одной полностью реализованной. Такая ситуация может говорить о низком уровне психологической безопасности субъектов профессиональной деятельности, что может снизить качество производительности труда.

У второй группы респондентов были выявлены следующие фрустрированные ценности социальной сферы: помочь в предоставление мест в детских учреждениях, предоставление путевок в оздоровительные учреждения, частичная оплата медицинских услуг, а также ценность в рациональной организации системы поощрения, наказания и продвижения по службе. Легко видеть, что нереализованные ценности у первой группы имеют под собой материальную фрустрацию, в то время как вторая группа больше ориентируется на статусность (продвижение по карьере), поддержание своего здоровья.

В материальной сфере у первой группы все ценности также оказались фрустрированными. Только у половины респондентов реализованы ценности соответствия вознаграждения и ответственности (в том числе моральной) за жизнь, здоровье других людей, соответствие вознаграждения степени материальной ответственности, признанным обществом личным заслугам. При этом ценности соответствия вознаграждения за труд вознаграждениям, выплачиваемым в других организациях за ту же работу, а также его соответствие рекомендуемым нормам (в стране, отрасли и т.д.) полностью реализованы. Оценка реализации материальной сферы у специалистов Германии оказалась наиболее высокой, что снижает фрустрацию ценностей у респондентов данной группы.

В креативной сфере также выявлена разная степень удовлетворенности. Представители первой группы желают для себя больше деятельности, нерегламентированной по времени и последовательности выполнения ее составляющих. Российский специалисты считают, что их работа более, чем необходимо, регламентирована по времени и последовательности решения задач. При этом деятельность сопровождается излишним количеством документов, которые необходимо оформлять.

Представители второй группы считают, что их потребности в реализации своих способностей или приобретенных ранее навыков и умений удовлетворены не достаточно полно. Несмотря на различия в оценке значимости факторов производственной среды, выявлено общее: российские и немецкие специалисты не удовлетворены степенью самостоятельности в выборе целей и решаемых задач.

Респонденты двух групп проживают и трудятся в разной социальной действительности, что неизбежно влияет на личность – на ее убеждения, установки, привычки, потребности, ценности и т.д. Окружающая среда включает в себя стационарные, несущие уже известную личности информацию, и нестационарные элементы, несущие новую информацию. Уже известная информация способствует стабильности системы (личности), новая, информация может стать императивом к необходимым изменениям.

Анализ эмпирических данных позволяет сформировать образ ценностной сферы специалистов России и Германии. Выделив общие и специфические характеристики. Для специалистов обеих групп значимыми являются факторы материальной сферы в процессе мотивирования труда. Однако материальное вознаграждение не является доминирующим. Специалисты обеих опрашиваемых групп считают необходимым влиять на процесс принятия решений в организации, соблюдение этических норм,

стабильность своего положения в организации. При этом немецкие специалисты значимым фактором эффективности собственной деятельности считают возможность творческой деятельности, самостоятельность в постановке задач и последовательности их решения.

Намечается тенденция в российской выборке к эгоистической направленности, стремление надеяться только на себя, не ждать поддержки со стороны коллег, уменьшения социальных контактов. Стабильность существования становится более ценным, чем творчество и самореализация.

Выявленные особенности профессиональных ценностей субъектов деятельности являются следствием влияния социальных факторов, развития социально-профессионального пространства. По нашему мнению, результаты исследования позволяют прогнозировать дальнейшие изменения в системе профессиональных ценностей и в соответствии с этим формировать систему мотивирования работников.

Список литературы

1. *Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П.* Основы межкультурной коммуникации / под ред. А.П. Садохина. М.: Юнити-Дана, 2002. 352 с.
2. *Осипова-Дербас Л.В.* Системные основы социологии и психологии управления. СПб: «Инфо-Да», 2010. 239 с.
3. Социальное неравенство. Изменения в социальной структуре: европейская перспектива / Под ред. В.Воронкова, М. Соколова; пер. с нем. К. Тимофеевой. СПб.: Алетейя, 2008. 160 с.
4. *Хайруллина Ю.Р.* Ценности в сфере труда: особенности и факторы // Социологические исследования, 2003. № 5. С. 84–88.
5. *Шлыкова Н.Л.* Профессиональные ценности субъекта деятельности: содержание и динамика // Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики. Выпуск 5 / Под ред. А.А. Обознова, А.Л. Журавлева. М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2013. С. 198-214.
6. *Bergemann N. Andreas L.J. Sourisseaux.* Interkulturelles Management, 3. Auflage, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2003. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.springer.com/de/book/9783540429760/> (дата обращения: 30.10.2019).
7. *Hofstede G.* Culture's consequences: international differences in work-related values. Beverly Hills, 1984. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://us.sagepub.com/en-us/nam/cultures-consequences/book665/> (дата обращения: 30.10.2019).
8. *Kumbier D., Friedemann Sch.* Interculturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.amazon.de/Interculturelle-Kommunikation-Methoden-Modelle-Beispiele/dp/3499620960/> (дата обращения: 30.10.2019).