

На правах рукописи



ТИЩЕНКО Николай Анатольевич

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ
ЛИЧНОСТИ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ
(на примере сотрудников предприятий малого бизнеса)**

**5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии
(психологические науки)**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Ростов-на-Дону-2023

**Работа выполнена в государственном бюджетном образовательном
учреждении высшего образования Республики Крым
«Крымский инженерно-педагогический университет
имени Февзи Якубова»**

Научный руководитель – доктор психологических наук, доцент
Лучинкина Анжелика Ильинична

Официальные оппоненты: Ясько Бэла Аслановна
доктор психологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный уни-
верситет» (г. Краснодар), факультет управления
и психологии, кафедра управления персоналом и
организационной психологии, профессор;

Дмитриева Марина Александровна
кандидат психологических наук, доцент,
филиал ЧОУ ВО «Московский университет им.
С.Ю. Витте» в г. Ростове-на-Дону, кафедра гума-
нитарных и естественно-научных дисциплин, за-
ведующий

Ведущая организация – ФГБОУ ВО «Ярославский государственный
университет им. П.Г. Демидова» (г. Яро-
славль)

Защита состоится 05 июля 2023 г. в 10.00 часов на заседании объединенного диссертационного совета 99.2.081.02, созданного на базе ФГБОУ ВО «Донской государственной технической университет» и ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова» по адресу: г. Симферополь, Республика Крым, пер. Учебный, д. 8, малый конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Донской государственной технической университет» по адресу: 344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, д. 1, 7 корп., ауд. 7-104; <https://donstu.ru/>; в библиотеке и на сайте ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова» по адресу: 295015, Республика Крым, г. Симферополь, пер. Учебный, 8, 3 корп.; <https://kipu-rc.ru/>.

Автореферат разослан 02 июня 2023 г.

**Ученый секретарь
диссертационного совета**



**Пищик
Влада Игоревна**

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность проблемы исследования. За последние годы количество организаций малого бизнеса в Крыму заметно выросло, что, с одной стороны, развивает экономический сектор республики и дает рабочие места, а с другой, – создает жесточайшую конкуренцию в условиях рыночной экономики. Так, только в Крыму более 90 % компаний малого бизнеса продают свои услуги потребителям, а не являются производителями товаров. Кроме того, услуги, предлагаемые такими компаниями, не являются эксклюзивными на крымском рынке. Для того, чтобы компания была конкурентоспособной, необходимо не только ее узнавание и выигрыш при соотнесении с другими компаниями, но и понимание процесса каждым сотрудником, его стремление сделать свою организацию лучше. В противном случае время жизни такой компании ограничено от 1 года до 3 лет, что является актуальной проблемой для предприятий малого бизнеса.

Второй проблемой, ускоряющей распад организаций малого бизнеса, можно обозначить неэффективность деятельности персонала. В этом случае возникает вопрос о необходимых качествах эффективных кадров для продвижения бизнеса, соответствии ценностей и смыслов самих сотрудников той ценностной картине, которая сложилась и транслируется организацией. При этом все большее количество сотрудников становятся клиентами психотерапевтов и жалуются на депрессию, связанную с неудовлетворенностью работой.

Как правило, профессиональная пригодность и эффективность сотрудника оценивается по компетенциям (знаниям, умениям, навыкам), соответствующим трудовым задачам, под которые берут сотрудника, а психологические качества сотрудника лежат за границей исследования. В то же время, представления сотрудника об организации, ее образ являются основными в определении отношения личности к работе, а, следовательно, и удовлетворенности ею. Кроме того, прогноз представлений сотрудника об организации не является обязательным пунктом при приеме на работу, что осложняет дальнейшую самореализацию личности. Решение этих проблем в границах социальной, организационной психологии и психологии труда возможно, но за кругом рассмотрения остаются особенности личности сотрудников, различия их представлений об организации в рамках одного предприятия. Недостаточно исследованы и требуют более глубокого рассмотрения когнитивные особенности личности сотрудников, влияющие на процесс формирования их отношения к предприятию малого бизнеса.

Таким образом, исследование представлений об организации у сотрудников должно происходить в области общей психологии в направлении «представление об организации – отношение к организации – образ организации» и психологии личности в части изучения когнитивных особенностей сотрудников, оказывающих влияние на формирование их представлений о предприятии.

Степень научной разработанности проблемы исследования. В научной литературе можно выделить несколько основных направлений изучения представлений личности о социуме: философское, социально-экономическое, социологическое и психологическое.

В философии анализ представлений личности об объекте чаще всего анализируется через ценностно-смысловую сферу личности как регулятор самосознания, когнитивных и волевых процессов (Т.Г. Авдеева, Н.И. Петрова, Н.Л. Худякова и др.). Отмечая важность приведенных исследований, обозначим, что через призму представлений места работы у ее сотрудников представления личности об организации изучены недостаточно.

В рамках социально-экономического направления учеными анализируются: организационная структура малого бизнеса (В.В. Катов, А.С. Дронова, С.Н. Парухин); инструменты и методы бизнес-планирования (Т.Н. Сорокина); факторы неэффективности малого бизнеса (Е.М. Бухвальд, А.В. Виленский, О. Оганян, Л.В. Орлова); теоретические аспекты управления экономической организацией (О.С. Виханский, И.И. Глущенко, Б.З. Мильнер, А.И. Наумов). Учеными этого направления изучаются вопросы профессионального обучения, карьерного роста, проблемы управления персоналом, имидж руководителя (И.А. Мироненко, О.В. Тимошенко, В.А. Филиппова); формирования управленческой культуры (А.В. Колесников, Б.З. Мильнер, А.В. Пеша, В.Д. Семенов). Однако эффективный механизм их системного взаимодействия, включающий как экономические, так и психологические составляющие, не создан. Кроме того, проблема восприятия организации сотрудником рассматривается только в поле экономической эффективности, однако психологические механизмы, приводящие к ней, остаются малоизученными.

В рамках социологического направления интересны работы, в которых проанализированы социологические аспекты управления малым бизнесом (Е.А. Карпухина, О.О. Ромашов). Большое внимание ученые этого направления уделяют социологии предпринимательства (А.А. Латушко, М.Л. Павлова) в части изучения процесса зарождения и развития малого бизнеса. Другая группа исследователей социологического направления акцентировала внимание на проблемах прогнозирования и проектирования социальных процессов в контексте малого бизнеса и исследование проблемы социального управления малым бизнесом (В.А. Воронов, А.Н. Лунькин). В работах В.Б. Бокаревой разработана современная социоэкономическая парадигма технологий управления предпринимательством. В исследованиях этих ученых проблемы ценностных ориентаций сотрудников, совпадения их ценностного профиля с ценностями организации, остались за кругом исследования.

В психологии можно выделить бихевиористский подход, в рамках которого образ организации можно рассматривать как ответ на потребительское поведение (другими словами, потребителю предлагают те услуги и в том формате, которые он хочет); феноменологический подход, позволяющий уравнивать понятия «образ» и «имидж» и детерминировать их убеждениями, ценностями, отражающимися в традициях организации; когнитивный подход, с точки зрения

которого имидж рассматривается как устойчивый образ, содержащий когнитивные схемы и общие системы знаний и смыслов.

В рамках организационной психологии можно выделить работы по изучению организационной культуры предприятия (С.А. Измалкова, В.П. Казмиренко, Н.В. Никитина, Н.Н. Сулим). В некоторых исследованиях предлагается типология культур, основанная на организационных ценностях (Р. Камерон, Р. Куинн, Г. Хофстеде).

Вместе с тем основой управления персоналом в малом бизнесе и предпринимательстве выступают: формирование необходимой мотивации; выработка общих целей и формирование соответствующей структуры коммуникации в организации; создание благоприятного психологического климата (М.Е. Есипова, О.О. Ромашов). Выделенные маркеры стали предметом исследования в социальной психологии. Большое количество исследований посвящено изучению и анализу структур индивидуальных ценностей (Д.А. Леонтьев, Г. Хофстеде и др.). В работах С.С. Бубновой акцентируется внимание на динамике ценностных ориентаций не только отдельных социальных групп, но и производственных коллективов. В диссертационном исследовании О.А. Сапожниковой описывается перечень индивидуальных ценностей, соответствующий определённому типу организационной культуры.

Не менее интересными являются результаты исследований в психологии труда в направлении изучения представлений сотрудников о кадровой политике и организационной культуре. В работах К.А. Абульхановой, Н.Н. Богомоловой, Р.М. Шамионова, Б.А. Ясько представления об организации изучаются с точки зрения ментальных репрезентаций: на уровне социальных представлений и на индивидуально-личностном уровне. В исследованиях А.В. Карпова в качестве основных компонентов психологической структуры личности руководителя рассматриваются познавательные процессы и психические состояния.

Несмотря на большое количество исследований различных психологических процессов, протекающих в организациях малого бизнеса и производственных коллективов, объяснение различий в представлениях личности об организации у персонала, находящегося в равных условиях, практически не изучалось. Проблемы эффективности организации малого бизнеса решались либо с позиций социально-экономического подхода, либо с позиций организационной психологии или психологии труда. Личность сотрудника оставалась за границами рассмотрения, а основной акцент делался на организационную структуру и организационную культуру предприятия. Следует отметить, что важными для нашего исследования являются результаты психологических исследований когнитивной сферы личности, включая когнитивные стратегии, смыслы, когнитивные ошибки мышления.

За кругом исследования остались отдельные поведенческие характеристики сотрудников, мотивационный профиль личности, позволяющие выделить особенности индивидуальных представлений персонала о предприятии. Не рас-

сма тривалась взаимосвязь успешности предприятия, удовлетворенности психологическим климатом сотрудников и когнитивными стратегиями личности этих сотрудников.

Таким образом, научная проблема исследования заключается в выявлении психологических особенностей представлений об организации у сотрудников предприятий малого бизнеса, что позволит создать психологическую систему сопровождения персонала предприятий малого бизнеса с целью формирования у сотрудников адекватного представления об организации.

Недостаточная разработанность проблемы обусловила выбор темы исследования: «Психологические особенности представлений личности об организации (на примере сотрудников предприятий малого бизнеса)».

Цель исследования – изучить личностно-психологические особенности представлений сотрудников предприятий малого бизнеса об организации.

Объект исследования – личность сотрудников предприятий малого бизнеса.

Предмет исследования – личностно-психологические особенности представлений сотрудников предприятий малого бизнеса об организации.

Гипотезы исследования.

1. Представления личности о предприятии малого бизнеса могут обуславливаться определенными когнитивными, мотивационными и поведенческими характеристиками, которые имеют различную выраженность.

2. Можно выделить различные группы сотрудников, отличающиеся когнитивными характеристиками и имеющие различные представления об организации.

3. Может быть разработана программа психологического сопровождения личности, опирающаяся на когнитивные характеристики личности сотрудника организации малого бизнеса и способствующая коррекции когнитивных искажений.

Задачи исследования.

1. Определить теоретико-методологические подходы к рассмотрению представлений личности и создать концептуальную модель формирования представлений об организации у персонала предприятий малого бизнеса.

2. Теоретически обосновать и эмпирически выделить группы испытуемых по различиям в выраженности когнитивных характеристик.

3. Эмпирически определить особенности мотивационных и поведенческих характеристик у респондентов выделенных групп.

4. Исследовать специфику характеристик представлений об организации у сотрудников с различиями выраженности психологических характеристик, влияющих на их формирование.

5. Разработать и апробировать программу психологического сопровождения личности сотрудника организации малого бизнеса, учитывающую особенности представлений об организации у сотрудников.

Теоретико-методологическая основа исследования. Методологическую основу исследования составил деятельностный подход (А.С. Андреев, П.Н. Ермаков, А.Н. Леонтьев). Теоретическая основа исследования представлена рядом теорий, положений и идей: теория личности (А.Н. Леонтьев, В.Н. Мясищев), теория отношения как психологической категории (Б.В. Ломов, В.Н. Мясищев), теория организации (В.П. Казмиренко, Б.З. Мильнер, Г. Хофстеде), теория когнитивных стилей (Г. Виткин, Дж. Каган, Дж. Струп, М.А. Холодная, И.П. Шкуратова), теория когнитивных карт (У. Найссер, Э. Толмен, Ф.Н. Шемякин), Я-концепция личности в ситуации неопределенности (Е.П. Белинская, Т.В. Корнилова), концепция динамики ценностей и смыслов (И.В. Абакумова, А.Г. Асмолов, К. Камерон, Д.А. Леонтьев, В.И. Пищик, М.А. Фризен, Т.Н. Щербакова), идеи о представлениях личности как элементе организационной культуры компании (М.А. Дмитриева, Г.С. Солдаткина, И.Г. Юркова), концепция когнитивных искажений (А. Бек, А.И. Лучинкина, И.С. Лучинкина).

Методы исследования: теоретический анализ, констатирующий эксперимент. На этапе констатирующего эксперимента применялись наблюдение, интервью, анкетирование, самоотчеты, метод сочинений, диагностические методы: для изучения когнитивных характеристик представлений об организации у персонала использовались авторский исследовательский опросник «Когнитивные искажения в организационной деятельности», проба Дж. Струпа для исследования гибкого/ригидного познавательного контроля, тест для исследования низкой/высокой толерантности Корниловой; проба подбора подобных фигур (MFFT) Дж. Кагана для исследования импульсивности/рефлексивности мышления, СЖО Д.А. Леонтьева, авторский исследовательский опросник «Когнитивные карты личности»; для изучения мотивационной составляющей – методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной; для изучения поведенческих характеристик – методика исследования индекса жизненной удовлетворенности (ИЖУ) (Neugarten А.О., адаптация Н.В. Паниной), методика изучения жизнестойкости С. Мадди (в адаптации Д.А. Леонтьева); для исследования отношения персонала к организации – шкала измерения лояльности персонала организации Л.Г. Почебут и О.Е. Королевой, контент-анализ сочинения «Мое предприятие», методика ОСАИ, авторский исследовательский опросник «ВИО», авторский исследовательский опросник «ККП».

Для обработки результатов и проверки гипотез использовались методы математической статистики стандартного пакета статистических программ SPSS-22, а именно: критерий хи-квадрат, и G-критерий знаков, процедуры корреляционного и кластерного анализа.

Экспериментальный объект исследования. В исследовании приняли участие 216 сотрудников в возрасте от 20 до 45 лет, из них 119 мужчин и 97 женщин. Исследование было проведено в реальном пространстве (163 человека) и в виртуальном пространстве (53 человек). Все респонденты – сотрудники предприятий малого бизнеса Республики Крым.

Достоверность результатов диссертационного исследования обеспечивалась комплексностью анализа проблемы при определении исходных теоретико-методологических принципов ее изучения, адекватного целям и задачам исследования, сочетанием количественного и качественного анализа результатов, применением методов математической статистики и обоснованных методов психодиагностического плана.

Основные научные результаты, полученные лично автором, и их научная новизна.

Определены когнитивные, мотивационные и поведенческие характеристики личности, определяющие особенности представлений об организации у сотрудников.

Выявлено, что представления об организации малого бизнеса сотрудников зависят от наличия или отсутствия у сотрудников когнитивных искажений.

Доказано, что на позитивность/негативность представлений об организации у сотрудников влияет уровень сформированности когнитивного стиля «толерантность к неопределенности».

Эмпирически обосновано, что существуют различия в представлениях об организации у сотрудников с различными типами когнитивных и мотивационных характеристик.

Выявлена взаимосвязь между удовлетворенностью жизнью личности и позитивностью/негативностью образа предприятия, на котором она работает.

Выделены группы сотрудников предприятий малого бизнеса по позитивности/негативности представлений к организации, а также имеющие различия в когнитивных установках, когнитивных стилях, уровнях осмысленности жизни, и жизнестойкости и удовлетворенности жизнью.

Разработана и апробирована программа психологического сопровождения личности сотрудника предприятия малого бизнеса, учитывающая специфику представлений сотрудника об организации.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что полученные результаты позволили определить психологические особенности представлений об организации у сотрудников предприятий малого бизнеса: когнитивные, мотивационные и поведенческие характеристики, определяющие особенности восприятия сотрудником организации. Понимание специфики выделенных характеристик позволило расширить научные взгляды о представлениях личности в целом и возможностях психологического сопровождения формирования эффективного образа организации.

Практическая значимость проводимого исследования заключается в разработке: программы психологической поддержки компаний малого бизнеса, учитывающей особенности формирования представлений о ней; диагностического инструментария, позволяющего прогнозировать представления сотрудника о предприятии.

Положения, выносимые на защиту.

1. Представления личности сотрудников предприятий малого бизнеса об организации обусловлены когнитивными (когнитивный стиль, когнитивная карта, когнитивные искажения, ценности и смыслы), мотивационными (мотивы деятельности) и поведенческими (жизнестойкость, удовлетворенность жизнью) характеристиками, определяющими особенности представлений сотрудников об организации. Позитивность или негативность представлений об организации определяется совокупностью влияний когнитивных искажений (или их отсутствием) и когнитивного стиля «толерантность к неопределённости».

2. Классификация сотрудников предприятий малого бизнеса по различиям в выраженности когнитивных характеристик учитывает наличие или отсутствие когнитивных искажений, степень выраженности одного из обозначенных когнитивных стилей (гибкость-ригидность, толерантность к неопределённости, рефлексивность-импульсивность), осмысленность жизни и удовлетворенность ею. Существуют различия мотивационных и поведенческих характеристик сотрудников, принадлежащих разным группам.

3. Программа психологического сопровождения личности сотрудника организации малого бизнеса определяется спецификой представлений об организации, учитывает когнитивные характеристики личности и направлена на коррекцию когнитивных искажений.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения, выводы, результаты исследования обсуждались на заседаниях кафедры психологии факультета психологии и педагогического образования Крымского инженерно-педагогического университета имени Февзи Якубова (Симферополь, 2019-2022) и были представлены на: Всероссийской научно-практической конференции «Психология социализации личности в современных условиях. Поколение Z: вызовы и возможности» (Симферополь, 2018); Всероссийской научно-практической конференции «Психология социализации личности в современных условиях» (Симферополь, 2019); XXVI научно-теоретической конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов и студентов Крымского инженерно-педагогического университета имени Февзи Якубова (Симферополь, 2020).

Материалы исследования используются в деятельности Крымского инженерно-педагогического университета имени Февзи Якубова (Симферополь), Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского (Симферополь), ООО «Южный Торговый Холдинг» (Симферополь).

Публикации. По теме исследования опубликовано 8 работ общим авторским объемом 3,45 п.л.; из них 6 – в журналах, рекомендованных ВАК РФ для публикации материалов кандидатских диссертаций.

Структура и объем диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения; трех глав; заключения, включающего основные выводы, практические рекомендации и перспективы дальнейшего исследования проблемы; списка использованной литературы, включающего в себя 182 источника, из которых 17

– на иностранных языках; 3 приложений. Работа иллюстрирована 34 таблицами и 24 рисунками. Основной объем работы составляет 170 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обоснованы выбор темы исследования; актуальность; названы объект и предмет исследования; сформулированы цель, задачи, гипотезы исследования; дана общая характеристика работы; показаны научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования; даны сведения об апробации и внедрении результатов; сформулированы положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Методологические подходы к исследованию представлений личности об организации» проанализированы методологические подходы к исследованию представлений личности. Ключевым понятием исследования стало представление как элемент отношения и уровень образа мира личности.

Категория «отношение» в исследовании соответствует позиции школы В.Н. Мясищева. В работах ученого под отношением понимается «избирательная осознанная связь человека со значимым для него объектом, основанная на индивидуальном опыте». Согласно теории отношений, предложенной В.Н. Мясищевым, можно выделить эмоциональный, мотивационно-поведенческий и когнитивный компоненты отношений. Д.А. Леонтьев приближает значение понятия «отношение» к личностным смыслам, что позволяет выделить в понятии «образ» категорию отношения к объекту или субъекту. В таком случае имидж и образ являются отношением субъекта к другому субъекту или объекту и выражаются в совокупности представлений субъекта об этом объекте.

В ходе исследования выявлено, что образ представления является одним из уровней образа мира личности, что дает возможность его рассмотрения как результата деятельности когнитивных процессов человека (К.А. Абульханова, Г.М. Андреева, Е.Ю. Артемьева, Н.Н. Богомолова, А.В. Брушлинский, М.А. Холодная, Н.И. Чуприкова, В.Д. Шадриков, Р.М. Шамянов и др.).

В результате теоретического анализа проблемы исследования выделены:

– когнитивные характеристики, влияющие на формирование представлений личности о субъекте или объекте, которые реализуются через когнитивные стили, когнитивные схемы, когнитивные искажения (А. Бек, Дж. Келли, У. Найссер, М.А. Холодная, А. Эллис и др.), ценности и смыслы (И.В. Абакумова, А.Г. Асмолов, А.К. Белоусова, Е.А. Проненко, Ю.А. Резниченко). В ряде исследований отмечен тот факт, что при одинаковых условиях люди по-разному оценивают одни и те же события в организации, что приводит к разному восприятию этой организации и формированию разных ее образов. В исследованиях Б.А. Ясько акцентировано внимание на роли нейродинамических качеств (системный тип мышления, развитая оперативная память, высокие показатели объ-

ема и избирательности внимания) в обеспечении эффективности работы специалистов. Таким образом, различия в представлениях могут быть вызваны спецификой когнитивных процессов личности (М.А. Холодная): различиями в способах восприятия и переработки информации для каждой личности при прочих равных условиях;

– мотивационные и поведенческие характеристики, включающие группу мотивов, определяющих деятельность личности: ориентация на процесс; ориентация на результат; ориентация на альтруизм; ориентация на эгоизм; ориентация на труд; ориентация на деньги; ориентация на свободу; ориентация на власть (О.Ф. Потемкина);

– интегральной характеристикой личности является показатель жизнестойкости (Д.А. Леонтьев, С. Мадди). Эмоциональный конструкт представлений личности об объекте или субъекте связан с показателем удовлетворенности.

Сказанное позволило обозначить деятельностный подход и теорию отношений ключевыми в исследовании. В ходе теоретического анализа научной литературы выявлено, что понятия «имидж организации» и «образ организации» являются синонимичными. Представления об организации у сотрудников составляют суть образа этой организации – совокупность представлений об объекте, сложившаяся в единый образ объекта, спонтанно возникающий в памяти человека при воспоминании об объекте.

Во второй главе «Методология и методические проблемы построения эмпирического исследования представлений об организации у сотрудников предприятий малого бизнеса» разработана теоретическая модель исследования, которая учитывает специфику представлений личности об организации; определены задачи эмпирического исследования, приведены методы сбора и обработки результатов эмпирических данных, описываются математические методы обработки и анализа данных; объем и общая характеристика выборки; представлены основные этапы исследования; определены критерии формирования выборки; обозначены основные этапы реализации эмпирической программы, обоснованы методы эмпирического исследования.

Теоретический анализ литературы по проблеме исследования позволил рассмотреть представления личности об организации как многоуровневую структуру [Рисунок 1].



Рисунок 1. Теоретическая модель исследования представлений об организации у сотрудников предприятий малого бизнеса

На первом – когнитивном уровне – формируются когнитивные установки об организации, реализуются индивидуальные способы обработки информации, обусловленные имеющимся у личности когнитивным стилем. Способом восприятия действительности выступает когнитивная карта или схема, сформированная у личности. На этом уровне формируются конструктивные или неконструктивные когнитивные установки личности об организации. Результатом работы когнитивных процессов становятся смыслжизненные ориентации личности, определяющие направленность интересов личности, ее мотивы.

Мотивационный уровень характеризуется группой мотивов, определяющих деятельность личности: ориентация на процесс; ориентация на результат; ориентация на альтруизм; ориентация на эгоизм; ориентация на труд; ориентация на деньги; ориентация на свободу; ориентация на власть.

Интегральной характеристикой личности является показатель жизнестойкости, оказывающий влияние на выбор стратегии поведения личности.

На поведенческом уровне представления об организации формируют отношение сотрудников к предприятию, включающее в себя лояльность и преданность предприятию, удовлетворенность трудом и жизнью в целом, устойчивость к изменениям.

Разработанная теоретическая модель исследования позволила определить его основные задачи:

1. Эмпирически изучить когнитивный уровень формирования представлений об организации у сотрудников предприятий малого бизнеса, а именно: установки мышления, когнитивный стиль, ценности и смыслы, тип когнитивной карты.

2. Эмпирически исследовать мотивационный уровень формирования представлений об организации у персонала, сравнить показатели мотивационных характеристик сотрудников в зависимости от стажа работы в организации, уровень жизнестойкости.

3. Исследовать отношение сотрудников к организации и удовлетворённость жизнью респондентов выборки.

4. Изучить особенности организационной культуры и психологический климат предприятий, участвующих в исследовании, проанализировать влияние этих характеристик на формирование представлений об организации у персонала.

5. Разработать систему психологического сопровождения личности сотрудника предприятия малого бизнеса, учитывающую их особенности представлений об организации.

Структура эмпирического исследования предполагала два этапа.

На первом этапе для распределения сотрудников по отношению к предприятию была разработана анкета, цель которой – сбор информации о возрасте, поле, стаже работы сотрудника в данной организации. Анкета также содержала блок субъективного отношения к предприятию. Кроме того, привлекались эксперты (экономисты, юристы), которые оценивали устойчивость и позитивность имиджа предприятия на рынке. Были изучены когнитивные характеристики, определяющие представления персонала предприятий об организации: установки мышления, когнитивный стиль, ценности и смыслы, тип когнитивной карты.

На втором этапе исследовался мотивационный уровень представлений личности, особенности организационной культуры и психологического климата предприятий, участвующих в исследовании, а также был проведен анализ согласованности личных ценностей и смыслов с типом организационной культуры. Кроме того, изучалась динамика отношения персонала к организации под воздействием системы психологического сопровождения.

Методической проблемой исследования когнитивной составляющей стала недостаточность психодиагностических методик, направленных на выявление когнитивных ошибок. Существующие тестовые методики имеют ряд ограничений для исследования когнитивной составляющей образа организации – во-первых, они клинически направлены и созданы с целью выявления депрессивной симптоматики («Шкала (тест-опросник) депрессии» А. Бека); во-вторых, они не были адаптированы для русскоязычного пространства и организационной сферы («Cognitive Biases Questionnaire for Psychosis» (R. Peters, S. Moritz, M. Schwannauer и др.)). В связи с этим был создан авторский исследовательский опросник «Когнитивные искажения в организационной деятельности», целью которого стало выявление типа и уровня выраженности когнитивных искажений в восприятии предприятия. Опросник состоит из 40 вопросов и предполагает 3 варианта ответа. Стоит отметить, что опросник составлен на основе теории А. Бека, описывающей 10 когнитивных искажений в восприятии окружающего мира.

Согласно результатам исследования, $\rho_{\text{эмп}}$ превышает $\rho_{\text{теор}}$ (уровни достоверности 0,05 и 0,01), что позволяет говорить о валидности авторского исследовательского опросника. Полученные коэффициенты стабильности и константности психодиагностического инструмента также превышают $\rho_{\text{теор}}$, что указывает на высокую надежность опросника. На основе кривой распределения были выявлены достоверные значения для каждой из шкал.

Еще одной проблемой в исследовании когнитивной составляющей стало отсутствие методик, позволяющих определить специфику когнитивных карт личности. Изначально концепция когнитивных карт принадлежит Э. Толмену. В общем смысле когнитивные карты представляют собой образ окружающей действительности. В ходе взаимодействия личности с окружающим миром когнитивные карты развиваются и меняются. В связи с этим предложен авторский исследовательский опросник «Когнитивные карты личности», который состоит из 20 утверждений и предполагает 3 варианта ответа.

В процессе апробации опросника выявлены следующие сочетания типов когнитивных карт:

1. Высокие значения по шкале «карта-путь». Значение по шкале «карта-обозрение» низкое. Респонденты с такой когнитивной картой предпочитают последовательность действий. Любые изменения от заранее намеченных заставляют их заново перестраивать весь алгоритм действий.

2. Высокие значения по шкале «карта-путь». Значения по шкале «карта-обозрение» в средних пределах. Респонденты с такой когнитивной картой также предпочитают последовательность действий, но в случае отклонений от изначально выбранного пути не начинают пристраивать алгоритм сначала, а действуют по ситуации.

3. Высокие значения по шкале «карта-обозрение». При средних и низких значениях по шкале «карта-путь». Респонденты с такими значениями легко ориентируются по ситуации, видят цель и не выпускают ее из виду. Однако могут выбирать не самые простые способы ее достижения.

Результаты апробации подтвердили высокий уровень надежности и валидности опросника.

Методологической проблемой является исследование корпоративной культуры организаций малого бизнеса. Во-первых, существующие методики охватывают типологию корпоративной культуры, но исключают уровень ее сформированности в целом. Во-вторых, существует достаточное количество типологий организационной культуры, однако они несут в большей степени теоретический характер и имеют недостаточное эмпирическое обоснование. В-третьих, проблемой является метафорический характер психодиагностических методик, специфика которых не подходит для исследования крупных предприятий. В связи с этим разработан авторский исследовательский опросник «Этапы формирования корпоративной культуры предприятия» (ККП)», прошедший все этапы валидации – определение содержательной и критериальной валидности, надежности и достоверности исследовательских блоков.

Данный комплекс методик является универсальным для изучения образа организации, охватывает широкий спектр личностных свойств и особенностей организационной культуры. Достаточное количество респондентов, имеющих различные образы предприятий, а также применение стандартных диагностических и авторских исследовательских методик исследования позволяет рассмотреть проблему особенностей представлений об организации у сотрудников предприятий малого бизнеса.

В третьей главе «Эмпирическое исследование особенностей представлений об организации у сотрудников предприятий малого бизнеса» выделены особенности представлений об организации у сотрудников предприятий малого бизнеса, изучены основные мотивы деятельности, выделены типы личности с разными когнитивными, мотивационными и поведенческими показателями, выявлен тип организационной структуры предприятия и удовлетворенность жизнью сотрудников. На основании проведенных исследований разработана система психологического сопровождения и изучена динамика отношения персонала к организации под воздействием данной системы.

С целью эмпирического изучения когнитивных характеристик личности у персонала организации исследовались установки мышления, когнитивный стиль, ценности и смыслы, темпоральные характеристики, тип когнитивной карты. По отношению к предприятию выделено 4 группы респондентов: адекватно позитивно оценивающие свое предприятие; адекватно негативно оценивающие свое предприятие; неадекватно позитивно оценивающие свое предприятие; неадекватно негативно оценивающие свое предприятие. Однако эмпирическое изучение у респондентов этих групп характеристик, влияющих на формирование представлений об организации, хоть и показало различия между группами, однако выявило определенное количество респондентов в каждой из них с нетипичными для группы результатами. В связи с обнаруженными отклонениями была использована процедура кластерного анализа для всего массива данных.

В результате выделено 6 групп респондентов с различиями когнитивных характеристик [Таблица 1].

В первую группу (1) вошли респонденты, адекватно позитивно оценивающие имидж предприятия, на котором они работают, не имеющие когнитивных искажений. Для них характерны гибкий и рефлексивный когнитивные стили, высокие показатели толерантности к неопределенности. Представители этой группы тяготеют к карте-обзору, могут удерживать в памяти несколько вариантов развития событий. Ориентированы на результат и получают удовлетворение от работы только в том случае, когда достигнуты поставленные цели. Имеют высокие показатели осмысленности жизни и адекватные временные перспективы. Время для них является ценностью. Мотивация деятельности может быть различной, но обязательной является ориентация на результат. Жизнестойкость высокая. Представители группы не перекладывают ответственность за свою жизнь на других. Имеют высокую удовлетворенность жизнью.

Распределение по группам

Группа/характеристика	1 группа (39 человек)	2 группа (37 человек)	3 группа (37 человек)	4 группа (34 человека)	5 группа (34 человека)	6 группа (35 человек)
Когнитивное искажение	нет	Персонализация, Долженствование. дихотомия	Катастрофизация, навешивание ярлыков	обесценивание позитивного	эмоциональное обоснование	сверхгенерализация
Когнитивный стиль	гибкий рефлексивный, высокий уровень толерантности к неопределенности	гибкий быстрый точный, средний уровень то- лерантно- сти к не- определенности	ригидный медлен- ный неточный, интоле- рантный	ригидный рефлек- сивный, низкий уровень толерант- ности к неопреде- ленности	гибкий импульсив- ный, низкий уро- вень толе- рантности к неопреде- ленности	ригидный импульсив- ный, средний уровень то- лерантно- сти к не- определенности
Тип когнитивной карты	карта-обозрение	карта-обозрение	карта-путь	карта-путь	карта-путь	карта-путь
Осмысленность жизни	высокая ориента- ция на ре- зультат	средняя ориентация на процесс жизни	средняя ориента- ция на процесс	средняя ориента- ция на ре- зультат	средняя ориентация на процесс	низкая ори- ентация на процесс
Жизнестойкость	высокая	средняя	низкая	низкая	средняя	средняя
Удовлетворенность жизнью	высокая	высокая	низкая	низкая	средняя	низкая

Во второй группе (2) представители зачастую принимают и позитивные, и негативные позиции в отношении своего предприятия. У респондентов этой группы выражены когнитивные искажения по типу персонализация, долженствование, дихотомия. В большинстве случаев берут ответственность на себя даже за решение задач, которые к ним не имеют прямого отношения. Эти сотрудники часто работают без выходных и отпуска, забирая часть работы домой. Имеют гибкий, быстрый точный когнитивный стили, что позволяет им быстро обрабатывать информацию и принимать решения в зависимости от имеющихся в их опыте примеров, что подтверждается средним уровнем толерантности к неопределенности. При этом респонденты этой группы имеют когнитивную карту-обозрение, что дает им возможность просчитывать результаты своих решений. Осмысленность жизни средняя. В целом респонденты этой группы больше ориентированы на процесс, чем на результат. Жизнестойкость средняя. Удовлетворенность жизнью высокая.

Для третьей группы (3) характерно когнитивное искажение по типу катастрофическое мышление – любую проблему представители этой группы возводят в ранг катастрофы и теряют контроль над ее решением; навешивание ярлыков, что выражается в присвоении всем и всему названий, прозвищ. Застревают

в своих ошибках. Им присущи ригидный, медленный неточный и интолерантный стили. В ситуации когнитивного диссонанса принятие решения крайне затруднено. Способ обработки информации – карта-путь. Любое изменение вызывает состояние тревоги. Осмысленность жизни низкая, что выражается в некоторой отстранённости от общей деятельности. Удовлетворенность жизнью низкая.

Четвертая группа респондентов (4) имеет когнитивные искажения по типу обесценивание позитивного. Консервативны. Не принимают изменения («Не буду переходить на электронный документооборот, он мне мешает работать»). Ориентация на результат при таких вводных приводит к невыполнению задачи и, как следствие, к низкой удовлетворённости самореализации.

Для пятой группы респондентов (5) характерно когнитивное искажение по типу эмоциональное обоснование – каждому негативному факту представители этой группы находят обоснование и реагируют соответственно. Когнитивные стили – гибкий, импульсивный, низкий уровень толерантности к неопределённости. С одной стороны, представители группы стремятся к независимым суждениям, стараются удержать во внимании больше информации, а с другой – поспешность в выводах и боязнь нового скорее выступает помехой в работе, нежели полезным качеством. Респонденты этой группы также ориентированы на процесс. Осмысленность жизни средняя. Жизнестойкость на среднем уровне за счет низкого показателя по шкале «принятие риска». Удовлетворенность жизнью средняя.

Респонденты шестой группы (6) имеют когнитивное искажение по типу сверхгенерализация: они склонны обобщать и делать выводы по одному факту («Нам всегда задерживают зарплату», «Мы никогда не отдыхаем нормально», «Мой начальник мне всегда звонит в выходные»). При этом представители группы имеют выраженный ригидный стиль, что не способствует смене стратегии поведения в целом. Кроме того, респондентам свойственны импульсивный когнитивный стиль и средний уровень толерантности к неопределённости. Для респондентов характерна когнитивная карта-путь. Осмысленность жизни низкая, респонденты ориентированы на процесс жизни. Показатель жизнестойкости в средних пределах. Удовлетворённость жизнью низкая.

Анализ результатов исследования представлений респондентов о своем предприятии показал достоверные различия между группами [Таблица 2].

Респонденты первой группы высоко оценивают предприятие, на котором работают ($\chi^2_{эмп}=6,35$ при $p=0,05$). В структурированном интервью представители этой группы отмечают, что на работу ходят с удовольствием, к их мнению прислушиваются. Следует отметить, что респондентов с низкой оценкой предприятия в группе нет, а количество респондентов со средними баллами по шкале «Субъективная оценка организации сотрудником» – 11%. В ходе исследования выявлены достоверные различия по шкале «Оценка личности руководителя» ($\chi^2_{эмп}=6,12$ при $p=0,05$). Более 78% испытуемых первой группы дают высокие и 22% респондентов средние оценки своему руководителю, поддерживают его стиль руководства и выбранную им стратегию развития предприятия. Удовлетворённость коммуникациями на предприятии высокая ($\chi^2_{эмп}=7,112$ при $p=0,05$).

Из основных маркеров организации наиболее выражен временной горизонт ориентации на будущее, что связано с соблюдением норм и традиций предприятия, отношением ко времени как к ценности ($\chi^2_{\text{эмп}}=11,1$ при $\rho=0,01$). Интересен тот факт, что уникальность идеи организации высоко оценивает 76 % представителей данной группы. По сути, результаты по данной шкале свидетельствуют об интересе персонала к организации. Имидж предприятия выражается в интенциях «сила», «команда», «успех», «развитие». Следует отметить, что испытуемые этой группы имеют высокий и средний уровни лояльности к организации независимо от типа организационной культуры этой организации.

Таблица 2

Представления об организации у респондентов разных групп

Группа	Характеристики, уровень выраженности				
	Субъективная оценка организации	Оценка личности руководителя	Удовлетворенность коммуникациями	Организационная лояльность	Представления об организации
1	высокий	скорее высокий	высокий	высокий и средний	позитивные
2	высокий и средний	высокий и средний	высокий и средний	высокий и средний	скорее позитивные
3	низкий и средний	низкий	преимущественно низкий	низкий	негативные
4	средний и низкий	низкий	преимущественно низкий	преимущественно низкий	скорее негативные, чем позитивные
5	средний	средний	средний	средний	нейтральные
6	преимущественно низкий	преимущественно низкий	преимущественно низкий	низкий	скорее негативный, чем позитивный

Анализ результатов исследования представлений об организации у респондентов второй группы показал преобладание высоких оценок по шкале «Субъективная оценка организации сотрудником» у 69% членов группы, средние баллы – у 31% респондентов этой группы, что в целом свидетельствует о позитивном внутреннем имидже предприятия. В отличие от респондентов первой группы представители второй группы оценивают личность руководителя по средней шкале (48%). 45% респондентов оценивает руководителя высоко, а 7% крайне низко. Проведенное интервьюирование респондентов подтвердило наличие у них дихотомного мышления, что выражается в колебаниях мнений от крайности в крайность. Но в целом сотрудники разделяют отношение к руководителю и отношение к организации. Удовлетворенность коммуникациями в организации этих представителей несколько ниже, у респондентов первой группы. Более того, часть респондентов коммуникациями не довольна (25%). Однако в интервью эти респонденты объясняют причину недовольства, готовы принять участие в налаживании системы коммуникаций. Среди основных маркеров организации можно выделить индивидуализм-коллективизм. Респонденты данной группы больше

ориентированы на индивидуализм или смешанный режим работы. У 32% испытуемых очень низкие показатели по шкале «дистанция власти», что говорит о стремлении быть приближенными к руководству организации. Временная перспектива четко обозначена, есть понимание будущего ($\chi^2_{эмп}=12,09$ при $p=0,01$). Сама организация представляется уникальной для 76% респондентов этой группы. В сочинениях респондентов нет восторженных отзывов и превосходной степени, как в случае с респондентами первой группы. Имидж предприятия отражается в интенциях: «долг», «комфорт», «эффективность», «перемены».

Респонденты третьей группы в 57% случаев придерживаются средних оценок в отношении предприятий, на которых они работают. Однако в группе намечена тенденция негативного отношения к организации (43% респондентов группы оценивает предприятие негативно). Респондентам группы свойственно негативно оценивать своего руководителя независимо от предприятия. Представители этой группы в 56% случаев не испытывают удовлетворения от коммуникаций внутри коллектива, а 44% испытуемых не считают межличностные коммуникации ценностью. В этой группе, в отличие от предыдущих, возрастает количество человек с высоким уровнем по шкале «Дистанция власти» (34%). Эти респонденты стараются не попадаться руководству на глаза. Возрастает стремление избегания неопределённости. Практически все респонденты группы имеют высокие показатели по этой шкале. Представители группы не ориентируются во времени. Большая часть опозданий приходится именно на них. В группе возрастет количество людей, не считающих идею своей организации уникальной. Имидж предприятия отражается в интенциях: «последний шанс», «недостойное окружение», «обман», «смерть». В сущности, все интенции являются следствием гиперболизации мыслей респондентов. Организационная лояльность у представителей группы низкая, что подтверждается и сочинениями, и результатами других исследований: респонденты не испытывают преданности по отношению к предприятию, на котором работают в настоящее время.

Респонденты четвертой группы демонстрируют по шкале «Субъективная оценка организации сотрудником» преимущественно средние (52%) и низкие значения (48%), что указывает на негативный образ у сотрудника. Более того, 56% респондентов этой группы отмечают негативное отношение к своему руководителю. Следует отметить, что высоких оценок по отношению к руководителю не поставил ни один респондент этой группы.

Вследствие этого 60% респондентов недовольны коммуникациями в организации. Среди основных маркеров организации следует отметить высокий уровень по шкале «дистанция власти» (67%), что соответствует желанию респондентов этой группы держаться подальше от руководства: высокие показатели по шкале «стремление к избеганию неопределенности» (100%) соответствуют боязни креатива и новаций. Для респондентов этой группы характерны низкие (54%) и средние баллы (36%) по шкале «маскулинность-фемининность», респонденты отражают тенденцию к маскулинности и выражаются в предпочтении материального над духовным. Временные горизонты у респондентов этой группы размыты. Они часто опаздывают, задерживают сроки сдачи задания. Не видят

личного смысла в организации. У респондентов данной группы сформирован негативный внутренний имидж предприятия. Основные интенции: «наказание», «неприятие», «пустота», «безысходность». Показатели организационной лояльности низкие.

Следует отметить, что для более чем 70% респондентов пятой группы характерны средние значения по шкалам «субъективная оценка организации сотрудником», «оценка личности руководителя», «удовлетворенность коммуникациями в организации». Группа ориентирована на материальные ценности – зарплату, социальный пакет. Респонденты имеют размытые временные горизонты, уникальность идей организации принимается как само собой разумеющееся. Основные интенции, связанные с имиджем: «зона комфорта», «норма не хуже, чем у других», «размытость». Организационная лояльность средняя.

У респондентов шестой группы преобладают низкие оценки по шкалам «субъективная оценка организации сотрудником» (75%), «оценка личности руководителя» (67%), «удовлетворенность коммуникациями в организации» (60%), «управление персоналом» (56%), «уникальность идеи организации для сотрудников» (65%). По сути, эта группа респондентов негативно относится к организации в целом, всем идеям организации. Большая часть сотрудников (67%) избегает общения с руководством до противопоставления, 68% сотрудников всеми способами тормозят инновационные процессы в организации, при этом 43% сотрудников не считает время ценностью, что приводит к несвоевременному выполнению поручений. У респондентов этой группы преобладает ориентация на обобщение. Контент-анализ сочинений респондентов позволил выделить основные интенции имиджа предприятия для данной группы: подобие, разобщенность, неопределённость, страх. Следует отметить, что в сочинениях респондентов преобладает негативная информация над позитивной. В целом, имидж предприятия в представлениях респондентов скорее негативный, чем позитивный. Организационная лояльность низкая.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить специфику формирования представлений об организации у персонала. Так, в ходе исследования обнаружено, что имеются достоверные различия по шкалам «субъективная оценка организации сотрудником» ($\chi^2_{эмп}=14,916$ при $p=0,01$), «оценка личности руководителя» ($\chi^2_{эмп}=10,143$ при $p=0,05$), «удовлетворенность коммуникациями в организации» ($\chi^2_{эмп}=17,3$ при $p=0,01$), «управление персоналом» ($\chi^2_{эмп}=15,16$ при $p=0,01$), «уникальность идеи организации для сотрудников» ($\chi^2_{эмп}=11,1$ при $p=0,05$). Наиболее позитивный имидж предприятия независимо от места работы складывается у респондентов первой и второй группы. Негативный имидж предприятия формируется у респондентов третьей, четвертой и шестой групп независимо от места работы.

Следует отметить, что во всех случаях низкого уровня удовлетворённости коммуникациями в организации и низкой субъективной оценки этой организации сотрудники имеют низкий уровень толерантности к неопределенности и не могут удерживать несколько траекторий развития событий одновременно. Особенно проблематично в случае приверженности респондентов к когнитивному

стилю «маскулинность», когда нужны четкие алгоритмы, а их отсутствие вызывает дискомфорт и снижает уровень удовлетворенности как работой, так и жизнью в целом.

В ходе исследования было выявлено, что у респондентов этих групп есть достоверные различия в определении основных маркеров организации: временной горизонт ($\chi^2_{эмп}=15,2$ при $p=0,01$), индивидуализм-коллективизм ($\chi^2_{эмп}=13,3$ при $p=0,01$), избегание неопределённости ($\chi^2_{эмп}=14,451$ при $p=0,01$), маскулинность-феминность ($\chi^2_{эмп}=18,38$ при $p=0,01$).

Выявлены значимые корреляционные связи между характеристиками, влияющими на формирование представлений личности об организации. В ходе исследования были выделены два круга характеристик, влияющих на формирование представлений личности об организации: первый – основной – когнитивные искажения (особенности мышления), когнитивные стили, жизнестойкость; второй круг – мотивационные установки, удовлетворённость жизнью.

На позитивность/негативность представлений сотрудника об организации оказывает влияние когнитивное искажение мышления, через призму которого эта оценка формируется. Вовлеченность и готовность к риску как составляющие жизнестойкости влияют на удовлетворенность коммуникациями в организации, организационную лояльность сотрудника и его представления об организации – негативные или позитивные.

С учетом этих корреляционных связей была построена программа психологического сопровождения личности с различными представлениями об организации.

Программа психологического сопровождения базируется на практике когнитивно-поведенческой терапии и предполагает два коррекционных блока – блок когнитивной коррекции и блок коррекции организационной специфики предприятия. Учитывая данные корреляции, установлено, что при изменении когнитивных и организационных показателей будут изменяться и мотивационно-поведенческие.

1. Блок когнитивной коррекции предполагает психологическую работу с когнитивными искажениями личности. Когнитивные искажения оказывают влияние на мыслительные и поведенческие особенности человека. Окружающая действительность сквозь призму когнитивных искажений воспринимается дисфункционально.

В блоке используются следующие методы: когнитивная диагностика с помощью методики СМЭР – для выявления глубинных причин формирования искажений; методы когнитивной реструктуризации – для изменения дезадаптивных мыслей на адаптивные. Блок предполагает коррекцию когнитивных характеристик личности, для укрепления или изменения когнитивной карты могут быть использованы методы когнитивного целеполагания, обучения навыкам постановки и достижения целей и т.д.

2. Блок коррекции организационной специфики предприятия. Психологическая работа в этом блоке предполагает в большей степени групповую тре-

нинговую работу. Методы работы в этом блоке: методы тренинга навыков и умений, бизнес-тренинга, тимбилдинга, социоинженерного тренинга, рефлексивного тренинга, когнитивно-поведенческого тренинга и т.д.

В независимости от личностных особенностей эффективными методами для индивидуальной самопомощи и профессиональной психологической коррекции являются методы когнитивно-поведенческой психотерапии.

Для участия в апробации программы психологического сопровождения были приглашены сотрудники 3-й (27 человек), 4-й (28 человек), 5-й (28 человек), 6-й (21 человек) групп. Всего выразили согласие на участие в эксперименте 104 сотрудника разных предприятий, участвующих в исследовании.

Программа занятий предполагала психологическую деятельность с сотрудниками организаций для их просвещения и сопровождения. Рекомендуемое время одного мероприятия – 60 минут, регулярность – один раз в 2 недели. В целом программа длилась в течение 1 года. По окончании занятий проводилась диагностика корректируемых показателей и затем по истечении 3-х месяцев выполнялась повторная диагностика. Результаты показателей когнитивной составляющей до и после включения респондентов в программу сопровождения приведены в Таблице 3.

Как видно по данным, приведенным в Таблице 3, коррекционная работа оказалась эффективной для респондентов всех групп. Проведенная работа позволила снизить уровень выраженности когнитивных искажений у 16 сотрудников третьей группы до средних значений, что сказалось на представлениях об организации этих респондентов. Результаты диагностики когнитивного стиля респондентов этой группы выявили сглаживание ригидности и средний уровень толерантности к неопределенности у 48% респондентов. Изменения, связанные с когнитивным стилем, прежде всего касаются расширения арсенала возможных действий и алгоритмов, а не самих когнитивных стилей. Исследование, проведенное через 3 месяца после коррекции, подтвердило устойчивость изменений. Следует отметить, что характеристика предприятия более чем 68% сотрудников была положительной.

В процессе реализации программы сопровождения у 87% респондентов четвертой группы снизился уровень выраженности когнитивных искажений до средних и низких, что позволило объективно оценивать ситуацию на предприятии. У 56% респондентов был диагностирован средний уровень толерантности к неопределенности. Такие результаты связаны с научением сотрудников правилам поведения в ситуации неопределенности. Оценка имиджа предприятия по окончании эксперимента и через 3 месяца после него была позитивной у 72% сотрудников.

Динамика когнитивных показателей под влиянием системы психологического сопровождения

3 группа	До коррекции	После коррекции
Когнитивное искажение	высокие значения: катастрофизация, навешивание ярлыков	средние значения: катастрофизация, навешивание ярлыков
Когнитивный стиль	ригидный медленный неточный, интолерантный	у 48% респондентов - средний уровень толерантности к неопределенности
4 группа	До коррекции	После коррекции
Когнитивное искажение	высокие значения: обесценивание позитивного	средние и низкие значения: обесценивание
Когнитивный стиль	ригидный рефлексивный, низкий уровень толерантности к неопределенности	у 56% респондентов - средний уровень толерантности к неопределенности
5 группа	До коррекции	После коррекции
Когнитивное искажение	высокие значения: эмоциональное обоснование	средние и низкие значения: у всех респондентов группы
Когнитивный стиль	гибкий импульсивный низкий уровень толерантности к неопределенности	у 87% респондентов средний и высокий уровень толерантно- сти к неопределенности
6 группа	До коррекции	После коррекции
Когнитивное искажение	высокие значения: сверхгенерализация	средние значения: сверхгенерализация
Когнитивный стиль	ригидный импульсивный, средний уровень толерантности к неопределенности	у 57% респондентов средний уровень толерантности к неопределенности

Для пятой группы сотрудников динамика показателей была наиболее выраженной. Так, проведенная коррекция оказалась эффективной для всех респондентов группы. После завершения программы высокий уровень выраженности когнитивных искажений не был выявлен ни у одного сотрудника группы. У 87% респондентов наблюдался средний и высокий уровень толерантности к неопределенности, что позволило респондентам расширить свои представления о работе в организации. У всех респондентов группы восприятие организации позитивное.

Сложнее всего коррекционная работа продвигалась в шестой группе. В ходе реализации программы 4 человека отказались участвовать, объяснив это отсутствием мотивации. Однако внедрение программы дало положительный эффект для 57% респондентов данной группы. Эффект стойкий, после эксперимента респонденты давали адекватную оценку предприятию, искали пути улучшения его имиджа.

В Заключение подводятся итоги исследования и формулируются основные **выводы**.

1. Представления личности об организации являются многоуровневой структурой. Когнитивный уровень разворачивается через сформированные установки мышления и когнитивные стили, ценности и смыслы. Способ познания мира определяется когнитивной картой личности. Мотивационный уровень включает в себя мотивацию деятельности в целом, жизнестойкость как интегральную характеристику личности. Особенности представлений личности об организации отражаются в сформированном у нее образе предприятия через отношение к организации, видении собственных перспектив.

2. Выявлено, что представления об организации у сотрудников зависят от их когнитивных характеристик, а именно: наличия или отсутствия у сотрудников когнитивных искажений, выраженности когнитивного стиля «толерантность к неопределённости».

3. Эмпирически выявлены группы респондентов в зависимости от выраженности у них отдельных когнитивных характеристик – когнитивных искажений, определенных когнитивных стилей, определённого типа когнитивной карты и темпоральных характеристик. При этом мотивационные и поведенческие показатели респондентов этих групп имеют достоверные различия.

4. Выявлено, что существуют достоверные отличия мотивационного профиля у респондентов выделенных групп по шкалам: ориентация на результат, ориентация на альтруизм, ориентация на деньги, ориентация на свободу, ориентация на власть, жизнестойкость.

5. Эмпирически выявлены достоверные различия в выборе основных интенций представлений. Для респондентов, у которых сформированы позитивные представления, характерны интенции силы, успеха, развития, объединения, перемен, долга. Для респондентов с негативными представлениями предприятия – негативно окрашенные интенции.

6. На субъективную оценку организации сотрудником оказывает влияние когнитивное искажение мышления, через призму которого эта оценка формируется. Вовлеченность и готовность к риску как составляющие жизнестойкости влияют на удовлетворенность коммуникациями в организации, организационную лояльность сотрудника.

7. Программа психологического сопровождения личности сотрудника организации малого бизнеса, построенная с учетом специфики представлений об организации и направленная на коррекцию когнитивных искажений, показала эффективность для всех групп сотрудников предприятий малого бизнеса. Исследование, проведенное через 3 месяца после коррекции, подтвердило устойчивость изменений.

Практические рекомендации. Результаты исследования могут быть применены психологами и руководителями предприятий малого бизнеса при отборе персонала.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы предполагают дальнейшие исследования представлений личности сотрудника успешного предприятия малого бизнеса, работающего в интернет-пространстве.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях автора:

I. В журналах, рекомендованных ВАК РФ для публикации материалов кандидатских диссертаций

1. Тищенко, Н. А. Методические особенности исследования корпоративной культуры организации / Н. А. Тищенко, А. И. Лучинкина // Человеческий капитал. – 2021. – № 7 (151). – С. 87-94. – DOI: 10.25629/НС.2021.07.09. – авт. вклад 0,35 п.л.

2. Тищенко, Н. А. Особенности исследования социально-психологической составляющей организационной культуры / Н. А. Тищенко, А. И. Лучинкина // Человеческий капитал. – 2021. – № 8 (152). – С. 52-60. – DOI: 10.25629/НС.2021.08.06. – авт. вклад 0,5 п.л.

3. Тищенко, Н. А. Особенности корпоративной культуры в организациях малого бизнеса / Н. А. Тищенко, А. И. Лучинкина // Научный результат. Педагогика и психология образования. – 2021. – Т. 7. – № 3. – С. 96-106. – DOI: 10.18413/2313-8971-2021-7-3-0-8. – авт. вклад 0,45 п.л.

4. Тищенко, Н. А. Исследование когнитивных особенностей у сотрудников предприятий малого бизнеса: стандартизация метода / Н. А. Тищенко, И. С. Лучинкина // Научный результат. Педагогика и психология образования. – 2022. – Т. 8. – № 3. – С. 120-127. – DOI: 10.18413/2313-8971-2022-8-3-0-11. – авт. вклад 0,4 п.л.

5. Тищенко, Н. А. Когнитивные карты личности: стандартизация метода / Н. А. Тищенко // Инновационная наука: Психология. Педагогика. Дефектология. – 2022. – Т. 5. – № 6. – С. 31-40. – DOI: 10.23947/2658-7165-2022-5-6-31-40. – авт. вклад 0,7 п.л.

6. Тищенко, Н. А. Особенности когнитивной сферы сотрудников сферы малого бизнеса с различным восприятием своего предприятия / Н. А. Тищенко // International Journal of Medicine and Psychology / Международный журнал медицины и психологии. – 2023. – Т. 6. – № 1. – С. 107-112. – авт. вклад 0,6 п.л.

II. Остальные работы

7. Тищенко, Н. А. Теоретические подходы к исследованию представлений личности в психологии / Н. А. Тищенко / Ключ к будущей профессии : сборник научных трудов. – Вып. 10 (21). – Симферополь : РИО КИПУ имени Февзи Якубова, 2020. – С. 70-71. – авт. вклад 0,2 п.л.

8. Тищенко, Н. А. Жизнестойкость личности с различной валентностью отношения к месту работы / Н. А. Тищенко / Ключ к будущей профессии : сборник научных трудов. – Вып. 12 (23). – Симферополь : РИО КИПУ имени Февзи Якубова, 2021. – С. 61-63. – авт. вклад 0,25 п.л.

Тищенко Н.А. Психологические особенности представлений личности об организации (на примере сотрудников предприятий малого бизнеса): Автореф. дисс. ... канд. психол. наук: 5.3.1. Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2023. 25 с.