



**Личностный
ресурс**



**СУБЪЕКТА
ТРУДА**

в изменяющейся России

МАТЕРИАЛЫ III МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

17 – 19 октября 2013

**Кисловодск – Ставрополь – Москва
2013**

УДК 159.9:331.103.3
ББК 88.4
Л 54

*Сборник издан
при финансовой поддержке РГНФ,
проект № 13-06-14035г*

Редакционная коллегия:

Е. Т. Булгакова, О. В. Бондаренко, Е. А. Фомина,
В. И. Моросанова, О.Г. Власова, Т. Г. Фомина

Л 54 Личностный ресурс субъекта труда в изменяющейся России: материалы III Международной научно-практической конференции (17-19 октября 2013 г.) / Кисловодск – Ставрополь – Москва : ООО Издательский Дом «ТЭСЭРА», 2013. – Ч. I. – 200 с.

ISBN 978-5-906-061-24-9

Материалы сборника отражают результаты фундаментальных и прикладных исследований в области психологии труда, психологии саморегуляции, развития субъекта труда в системе непрерывного образования. В тезисах докладов представлены современные направления исследований труда и его субъекта, освещаются вопросы системного подхода к изучению осознанной саморегуляции как ресурса субъекта труда, роль социального партнерства образования и бизнеса в подготовке субъекта профессиональной деятельности.

Представленные материалы иллюстрируют широту и многоаспектность проблематики личностного ресурса субъекта и вносят вклад в интеграцию психологии с социальными, экономическими и техническими науками. Сборник представляет научный и практический интерес для психологов, педагогов, социологов, экономистов, руководителей организаций, менеджеров по персоналу, а также для всех тех, кого интересуют актуальные проблемы человека и общества.

УДК 159.9:331.103.3
ББК 88.4

ISBN 978-5-906-061-24-9

© СКФУ, 2013
© ООО Издательский
Дом «ТЭСЭРА»

Структура образа нерезультативных рекламных агентов фрагментарная, имеющая 3 несвязанных между собой кластера. У нерезультативных рекламных агентов происходит расхождение таких объектов, как: «Я как рекламный агент», «Я идеальное», «эффективный рекламный агент» и «неэффективный рекламный агент», нерезультативные рекламные агенты не могут оценивать себя в качествах эффективного рекламного агента. Расхождение объектов «образ Я идеальный» и «Я как рекламный агент» свидетельствует о конфликте самооценки, высоких и может быть не адекватных требований к себе.

Результативные рекламные агенты имеют артикулированную систему конструкторов, включающих один хорошо дифференцированный кластер. У результативных рекламных агентов объекты «Я идеальный», «Я реальный», «Я как рекламный агент», и «эффективный рекламный агент» расположены вместе. Это свидетельствует о том, что эта группа оценивает себя в качестве эффективного агента. В итоге, объединение объектов «Я реальный», «Я идеальный» и «Я как рекламный агент» у результативных рекламных агентов приводит к повышению результативности, что может служить целью психологической работы, направленной на повышение результативности деятельности рекламных агентов.

Литература:

1. Абульханова-Славская К. А. Деятельность и психология личности – М., 1980.
2. Климов Е. А. Образ мира в разнотипных профессиях. – М., 1996.
3. Леонтьев А. Н. Образ мира // Избранные психологические произведения. – М., 1983. Т. 2. – С. 251 – 261.
5. Леонов Н. И., Главатских М. М. Многомерные статистические методы анализа данных в психологических исследованиях : учеб. пособие – М., 2011.
6. Петренко В. Ф. Основы психосемантики: Учеб. пособие. – Смоленск, 1997.
7. Рубинштейн С. Л. Человек и мир // Методологические и теоретические проблемы психологии. – М., 1981.
8. Смирнов С. Д. Психология образа. – М., 1985.
9. Франселла Ф., Баннистер Д. Новый метод исследования личности. – М., 1987.
10. Шмелев А. Г. Введение в экспериментальную психосемантику. – М., 1983.

ПРОБЛЕМА КОНФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГОВ

Н. В. Гончарова
И. М. Роткина

Каждый регион имеет свою неповторимую мультикультурную и межкультурную среду. Наличие групп с отличающейся культурой и религией в регионе играет стабилизирующую роль, поскольку именно они являются проводниками идеи равенства людей независимо от национальной и религиозной принадлежности.

Традиции толерантности народов выступают частью их духовной жизни, основанной на принципах взаимопомощи и поддержки друг друга, гостеприимства, уважения к старшим и т. д. В условиях Северо-Кавказского региона воспитание толерантности требует учета следующих факторов: негативность некоторых

исторических традиций этносов и народов; сложный полиэтнический, полилингвистический и поликонфессиональный состав населения; амбициозная позиция ряда религиозных руководителей и этнических элит; проявление среди населения определенных форм нетерпимости по отношению к тем или иным этносам и конфессиям.

С целью изучения уровня религиозности современной молодежи педагогического вуза, выявления ее ценностных ориентаций нами было введено анкетирование студентов I – IV курсов филиала СГПИ в г. Железноводске в количестве 348 человек. Студентам предлагалось конкретизировать собственное вероисповедание. Им необходимо было выбрать из наиболее распространенных религий (православие, католицизм, протестантизм, ислам, буддизм, иудаизм, атеизм) одну или предложить собственный вариант. Проранжировав данные, мы получили следующие результаты: православие – 213; ислам – 103; атеизм – 13; иудаизм – 8; буддизм – 5; католицизм – 4; протестантизм – 3 респондента. Других религий студенты не исповедуют.

Полученные результаты свидетельствуют в первую очередь о том, что Северный Кавказ представляет собой многоконфессиональный регион, хотя конфессии представлены неоднородно. Ведущими являются православные и исламские религиозные организации.

Вопрос «Почему Вы придерживаетесь этого вероисповедания?» предполагал выбор не более 3 вариантов ответа. При ответе на него студенты, в основном, ограничивались одним, реже двумя вариантами ответов.

Практически все анкетированные связывают собственную принадлежность вере, выбор религии с традициями своей семьи (90,5 % студентов 1 курса, 98,2 % – 2 курса, 93,9 % – 3 курса, 94,9 % – 4 курса считают, что выбранная религия – традиционная религия семьи). Следует отметить весьма позитивный патриотический настрой части молодежи, которая сделала свой выбор потому, что «эта религия тесно связана с национальной культурой и историей моей Родины»: 1 курс – 12,6 %; 2 курс – 38,4 %; 3 курс – 25,6 %; 4 курс – 18,6 % респондентов. Ответ «Это мой самостоятельный выбор (после религиозных исканий)» выбрали на 1 курсе – 24,2 %; на 2 курсе – 16,1 %; на 3 третьем курсе – 25,6 %; на 4 курсе – 18,6 % опрошенных студентов. Ответ «Это модно» был выбран 2 студентами 2 курса и 1 студентом 4 курса [1, с. 57].

Конфессиональная ориентация социально-педагогической деятельности отражает два взаимосвязанных друг с другом аспекта. Первый обусловлен собственной религиозностью специалиста, занимающегося социально-педагогической деятельностью, и проявляется в его стремлении использовать религиозный потенциал в своей профессиональной деятельности. Второй аспект связан с недостаточной религиозной образованностью педагогов, что приводит их к осознанию необходимости пополнить свои знания в этой области.

Для решения такого рода проблем необходимо определить содержание конфессионально ориентированной подготовки в системе социально-педагогического образования, которое одним из специалистов в этой сфере, Н. Ю. Клименко, определяются как универсальная педагогическая компонента системы профессионального образования, отражающая:

– органическую взаимосвязь личностной и социальной ориентации в профессиональном образовании;

- приоритет духовно-нравственных ценностей в профессиональной подготовке специалистов любого профиля;
- овладение умениями позитивного влияния специалиста на гармонизацию отношений в социуме с ориентацией на превентивно-профилактический характер поддержки человека (группы, категорий) в сложных жизненных ситуациях;
- активную деятельность каждого индивида как субъекта решения собственных проблем и социального участия в жизни общества;
- приоритетную роль семьи в развитии социальной практики.

Сегодня очень важно объединить усилия школы, семьи и различных конфессий по формированию у молодежи уважительного отношения к институту семьи, возрождению национальных традиций в семейном и общественном воспитании.

В связи с перечисленными обстоятельствами актуализируется проблема конфессиональной ориентации профессиональной подготовки педагогов. Таким образом, в процессе профессиональной подготовки педагогов должно быть обеспечено формирование конфессиональной толерантности в случае выбора светской духовной культуры педагога и обеспечение конфессиональной специфики в становлении профессиональной педагогической культуры в ситуациях его личностного религиозного мировоззрения.

Литература:

1. Роткина И. М. Формирование конфессиональной толерантности студентов в поликультурной среде педагогического вуза: дисс. ... канд. пед. наук.
2. Победа Н. А. Толерантность: содержательные смыслы и социологическая интерпретация // Социологические исследования. – 2007. – № 6. – С. 13 – 28.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К СПЕЦИАЛИСТУ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА

С. А. Гончарова

Социально-культурный сервис – это совокупность предприятий, учреждений, организаций и органов управления, осуществляющих производство, распределение, сохранение и организацию потребления товаров и услуг социально-культурного и информационного назначения, обеспечивая тем самым удовлетворение культурных и информационных потребностей населения [1, с. 319].

Профессионально-служебная этика социально-культурной деятельности – это совокупность требований и норм нравственности по отношению к работникам сервисных фирм, которые в обязательном порядке должны быть реализованы в процессе выполнения ими своих служебных обязанностей [2, с. 114].

В сфере социально-культурного сервиса и туризма профессионализм специалистов, работающих в ней, представляет совокупность специфических требований и норм нравственности, реализующихся при выполнении ими профессиональных обязанностей по обслуживанию клиентов. Профессионализм преследует своей целью сформировать у работников понятие своего