

УДК 159.9

Столярчук Е.А.

Санкт-Петербургский Государственный Университет,

Санкт-Петербург

## Формирование профессиональной идентичности менеджеров туризма

### Formation of professional identity tourism managers

---

#### *Аннотация*

Эмпирическое исследование направлено на изучение формирования профессиональной идентичности в зависимости от профессиональных мотивов и интернальности личности менеджеров туризма разного стажа работы и пола.

Было установлено, что у менеджеров туризма показатель интернальности выше среднего, наиболее выражены общая интернальность и интернальность в сфере семейных отношений, наименее – в производственных и межличностных отношениях. Доминирующие профессиональные мотивы деятельности менеджеров туризма – это стремление к материальному вознаграждению и структурированность деятельности.

Женщины чаще мужчины находятся в состоянии кризиса идентичности. Мужчины в большей степени подвержены гиперидентичности, для них важен профессиональный статус и роль, в ущерб другим социальным ролям.

Профессиональная идентичность взаимосвязана с мотивами профессиональной деятельности работы и интернальностью личности менеджеров туризма.

*Ключевые слова:* профессиональная идентичность, интернальность личности, профессиональные мотивы

#### *Abstract*

Empirical research directed on studying of development of professional identity depending on professional motives and internality personality tourism managers of different experience and gender.

It was found that the tourism managers index internality above the average, most expressed General internality and the internality in the area of family relations, the least - in the production and interpersonal relations. The dominant professional motives of activity tourism managers are the desire for material rewards and structured activities.

More women than men are in an identity crisis. Men are more prone to hyperidentity, for their important professional status and role, to the detriment of other social roles.

It was shown that the professional identity interconnected with the motives of professional work activities and the internality of personality tourism managers.

*Keywords:* professional identity, internality of personality, professional motives

Процесс профессионального развития сегодня становится процессом конструирования человеком своей субъектности, своего образа мира, своей Я-концепцией, себя в профессии [3]. Становление творческой личности высококвалифицированного специалиста можно считать законченным, если она обрела профессиональную идентичность и определенное количество знаний и практических навыков, необходимых для самостоятельного достижения профессиональных целей. Качество профессионального развития во многом определяется наличием и зрелостью профессиональной идентичности, которая выступает как результат процессов профессионального самоопределения, персонализации и самоорганизации [8].

О становлении профессиональной идентичности может говорить ощущение человеком собственной компетентности, эффективности и личной влиятельности.

Формирование профессиональной идентичности – очень сложный процесс, который не всегда осознается человеком, поскольку многие трудовые операции унифицированы в результате применения сходных технических средств деятельности в разных профессиях. Это замедляет формирование целостного представления человека о своей роли в профессиональном процессе, без которого невозможно понимание своего места в профессиональной среде и достижение уровня профессионального мастерства. Данный процесс неоднозначен, динамичен, так как в изменяющихся социальных условиях увеличивается неустойчивость представлений о себе [4].

Профессиональная идентичность формируется в условиях профессионального сообщества и при накоплении профессионального опыта, на основе сравнения себя с другими профессионалами и анализа результатов своей работы, при этом важно понимать и анализировать ее виды (статусы). Существуют различные виды профессиональной идентичности.

*Преждевременная идентичность* возникает в тех случаях, когда человек имеет высокий уровень авторитарности и низкий уровень самостоятельности, не сделав независимых жизненных выборов, и он уверен в том, что выбранная им специальность подходит во всех смыслах. Однако эта уверенность в своей профессиональной идентичности не является осознанной, чаще всего его представления основываются на стереотипах, сложившихся о данной профессии.

*Диффузная идентичность* говорит о том, что человек не уверен в своем выборе профессии, не имеет прочных целей, ценностей, убеждений и попыток их сформировать. Критериями диффузной идентичности являются: средняя степень удовлетворенности собой и своими возможностями, сомнение в способности вызвать уважение у других; сомнение в ценности собственной личности, потеря интереса к внутреннему миру, отстраненность и безразличие к собственному «Я»; нежелание меняться на фоне положительного отношения к себе; наличие внутренних конфликтов, заниженная самооценка, самообвинение.

*Мораторий* – человек находится в состоянии кризиса идентичности, когда происходит полный пересмотр своего отношения и своей позиции к профессии. Причина – неадекватное первоначальное отношение к профессии. Он постоянно ищет информацию и активно стремится разрешить проблему профессионального самоопределения, пробуя различные варианты. На ранних стадиях такого поиска индивид переживает чувства радостного ожидания, любопытства, а в дальнейшем повышается уровень тревожности.

*Достигнутая позитивная идентичность* – человек обладает сформированными в определенную совокупность личностно значимыми целями, что обеспечивает ему чувство направленности и осмысленности жизни, позитивное самоотношение при положительном оценивании собственных качеств, стабильных связей с социумом, полной координацией механизмов идентификации и обособления. Критериями достигнутой

(зрелой) позитивной идентичности являются представления о том, что личность способна вызвать в других уважение, симпатию, одобрение и понимание; ощущение ценности для себя и других, высокая самооценка и энергетика; уверенность в себе при высокой внутренней напряженности; повышенная рефлексия, осознание своих трудностей; желание соответствовать идеальному представлению о себе; определенность жизненной ситуации; высокая событийность и общительность, что объясняется загруженностью жизни и озабоченностью повседневными делами.

*Псевдоидентичность* – стабильное отрицание своей уникальности или амбициозное ее подчеркивание, нарушение механизмов идентификации и обособления в сторону гипертрофированности, нарушение временной связности жизни, ригидность Я-концепции, болезненное неприятие критики в свой адрес, низкая рефлексия. В некоторых случаях можно рассматривать ее как гиперидентичность вследствие тотального поглощения статусом, ролью, работой, другим объектом или субъектом, при высоко положительном оценивании собственных качеств и нарушении доверительных, гибких связей с социумом, стремление достичь цели любыми средствами [9].

Изучение профессиональной идентичности как комплексной психолого-личностной проблемы позволяет продвинуться в изучении самобытной природы человека, социально-психологической и субъективно психологической реальности Я, самости, профессионального самосознания личности, процессов профессиональной подготовки современных специалистов [8]. Сформированность профессиональной идентичности работников выступает как фактор успеха деятельности, дает им возможность идентифицировать себя с выбранной профессией [9].

Актуальность эмпирического исследования определяется изучением профессиональной идентичности личности и доминирующих мотивов с

позитивным влиянием на психическую регуляцию и деятельность. В настоящее время повышаются требования к конкурентоспособности менеджеров туристских фирм, что связано со становлением высококвалифицированного специалиста и формированием его коммуникативной компетентности [7].

Для внедрения новых стратегий развития туристского бизнеса руководству важно знать личностные особенности, мотивы деятельности сотрудников, которые влияют на результаты работы. Развитие туристской деятельности в России приводит к широкому распространению профессии менеджера туризма [6].

**Цель исследования:** изучить связь профессиональной идентичности и ее видов с личностными особенностями менеджеров туризма.

**Гипотезы исследования**

- 1) В формировании профессиональной идентичности менеджеров туризма существуют различия по стажу и полу.
- 2) Существуют взаимосвязи профессиональной идентичности с профессиональными мотивами, а также – с интернальностью личности менеджеров туризма.

**Предмет исследования:** интернальность личности, мотивы профессиональной деятельности (зарплата и материальное поощрение, физические условия работы, структурирование деятельности, социальные контакты, взаимоотношения, признание, стремление к достижениям, власть и влияние, разнообразие, творчество, самосовершенствование, интересная и полезная работа), профессиональная идентичность и ее виды (преждевременная, достигнутая позитивная, диффузная, псевдопозитивная, мораторий).

**Выборка участников исследования:** менеджеры туристских фирм в количестве 50 человек; из них 69% женщины и 31% мужчин, 57% имеют стаж в туристском бизнесе более 5 лет и 43% – менее 5 лет.

**Методы исследования:** «Мотивационный профиль» Ш. Ричи и П. Мартина [2], «Диагностика парциальных позиций интернальности-экстернальности личности» Е.Ф. Бажина, Е.А. Голынкиной, А.М. Эткинда [1], «Методика изучения профессиональной идентичности (МИПИ)» Л.Б. Шнайдер [9].

Математико-статистическая обработка данных проводилась с использованием корреляционного анализа с применением критерия Спирмена, сравнительного анализа с применением U-критерия Манна-Уитни, анализ номинативных данных проводился с помощью  $\chi^2$ -Пирсона

### **Результаты исследования и их обсуждение**

В мотивационном профиле менеджеров туризма наиболее выражены следующие мотивы деятельности: зарплата и материальное вознаграждение и структурированность деятельности, статистически значимые различия обнаружены по стажу, а по полу не выявлены. У менеджеров туризма имеющих стаж менее 5 лет, доминирует мотив разнообразие работы, а у работающих более 5 лет – выражен мотив полезности работы.

Измерение парциальных позиций интернальности-экстернальности личности показало, что для менеджеров туризма наиболее выражены показатели общей интернальности и интернальности в сфере семейных отношений, наименее – в производственных и межличностных отношениях. Статистически значимых различий по интернальности личности менеджеров туризма разного пола и стажа не обнаружено. У мужчин наблюдается тенденция к повышению интернальности неудач.

У большинства менеджеров туризма выражены достигнутая позитивная идентичность (31,7%) и мораторий (37,6%). У проработавших менее 5 лет, позитивная идентичность и мораторий наблюдается у 36%, а у менеджеров туризма с большим стажем – у 29,6% и 38,3% соответственно.

У мужчин преобладают достигнутая позитивная идентичность (47,6%) и псевдопозитивная идентичность (41%). У женщин доминирует мораторий

(48,1%), на втором месте диффузная идентичность (27,5%) и на третьем – достигнутая позитивная идентичность (23,5%). Достигнутая позитивная идентичность выражена у половины мужчин (49,7%) и только четверть у женщин (24,5%).

Менеджеры туризма разного пола, не обладающие достигнутой позитивной идентичностью, различаются по проявлениям других видов профессиональной идентичности. Женщины чаще мужчин находятся в состоянии моратория (кризиса идентичности), при этом стремятся его разрешить. Мужчины в большей степени подвержены псевдопозитивной идентичности. Они больше поглощены своим профессиональным статусом и ролью, возможно, в ущерб другим, не связанным с работой ролям (различия статистически достоверны, с высокой степенью значимости  $\chi^2=12,9$  при  $p=0,001$ ).

Сравнив мораторий и псевдопозитивную идентичность у менеджеров туризма разного пола (статистически достоверные различия с высокой степенью значимости  $\chi^2=9,70$  при  $p=0,002$ ), можно сказать, что для мужчин наиболее важной является профессиональная самореализация, тогда как для женщин наиболее значимыми является создание семьи и воспитание детей. Возможно, именно потому, что роль жены и матери имеет большее значение для менеджеров туризма женского пола, они не могут разрешить свой кризис в профессиональной сфере.

Менеджеры туризма были разделены на две группы по достигнутой позитивной идентичности и другим ее видам. Полученные данные показали, что эти группы значимо различаются лишь по показателю интернальности неудач ( $p=0,04$ ). У менеджеров туризма с достигнутой позитивной идентичностью она оказывается более выраженной, что связано с выраженной рефлексией и пониманием своих недостатков.

Для мужчин с достигнутой позитивной идентичностью материальное вознаграждение за работу имеет меньшую мотивационную силу ( $p=0,04$ ).

Для мужчин туристская деятельность стала частью их жизни и финансовая составляющая труда замещена другими факторами. Они при осуществлении своих обязанностей в большей степени руководствуются мотивами власти ( $p=0,05$ ) и самосовершенствования ( $p=0,03$ ). Этот результат подтверждает наше предположение о вытеснении материального фактора труда личностными мотивами.

Для женщин с выраженным мораторием значимыми являются мотив достижений ( $p=0,03$ ) и интернальность производственных отношений ( $p=0,03$ ). Они активно разрешают сложившийся конфликт и стремятся добиться заметных результатов, считают свои действия ведущими при осуществлении профессиональной деятельности и продвижении по карьерной лестнице.

Менеджеры туризма со стажем работы менее 5 лет с достигнутой позитивной идентичностью в меньшей степени мотивированы к достижениям ( $p=0,02$ ), а в большей степени у них выражены самосовершенствование ( $p=0,02$ ) и творчество ( $p=0,04$ ). На первый план у них выступает деятельность в рамках своей профессиональной роли, возможность выполнять ее в творческом ключе и самосовершенствоваться. Для них сохраняются статистически значимые различия в интернальности неудач ( $p=0,02$ ), а на уровне тенденции наблюдается преобладание общей интернальности ( $p=0,04$ ), по сравнению с менеджерами туризма, имеющими стаж более 5 лет. По-видимому, это может отражать тот факт, что достигнутая позитивная идентичность предполагает высокую рефлексивность и осознание ответственности за свои неудачи, со временем она несколько снижается, и человек вновь начинает винить в своих неудачах внешние факторы, например, обвинение клиентов, сотрудников другого отдела и т.д.

Для менеджеров туризма с другими видами идентичности со стажем более 5 лет свойственны различия в интернальности производственных отношений ( $p=0,05$ ).

Результаты корреляционного анализа показали, что существует отрицательная взаимосвязь достигнутой позитивной идентичности менеджеров туризма с интернальностью производственных отношений ( $r = -0,48$  при  $p=0,05$ ) и с мотивом достижения ( $r = -0,47$  при  $p=0,05$ ) при выполнении трудовой деятельности. По-видимому, на ранних стадиях формирования профессиональной идентичности менеджеры туризма воспринимают себя главными творцами своей трудовой деятельности. Они стремятся вжиться в новую для них роль – достигать новых высот, решать сложные задачи. Однако впоследствии они могут осознать, что их продвижение и успешность карьеры во многом зависят от внешних факторов, а приписываемая новым статусом модель поведения, теоретически, может блокировать их дальнейшую профессиональную активность.

У женщин достигнутая позитивная идентичность отрицательно взаимосвязана с мотивом достижения ( $r = -0,49$  при  $p=0,01$ ). Этот факт может объясняться тем, что женщины находятся на более ранних этапах формирования идентичности и потому для них важным становится стремление проявить себя.

У мужчин псевдопозитивная идентичность положительно взаимосвязана со стремлением к структурированию деятельности ( $r=0,67$  при  $p=0,01$ ). Чем сильнее мужчины начинают идентифицировать себя со своей профессиональной ролью, тем важнее для них получение обратной связи от руководства, коллег и соответствие занимаемому статусу.

У менеджеров туризма со стажем работы менее 5 лет достигнутая позитивная идентичность положительно взаимосвязана с интернальностью в отношении здоровья ( $r=0,51$  при  $p=0,05$ ), а также со структурированностью деятельности ( $r=0,58$  при  $p=0,01$ ). Если менеджеры туризма с небольшим стажем осознают всю важность здоровья для построения полноценной профессиональной деятельности и берут на себя ответственность за его

сохранение, то они имеют больше шансов для более раннего достижения позитивной идентичности.

Для сохранения здоровья при профессиональном становлении менеджеры туризма уделяют много внимания обратной связи от клиентов, коллег и руководства. Получаемая информация позволяет им не только избегать излишнего напряжения, но и корректировать свое поведение для большего соответствия занимаемой должности.

### **Выводы**

В целом, в мотивационном профиле менеджеров туризма доминируют мотивы к материальному вознаграждению и структурированности деятельности; у менеджеров со стажем работы менее 5 лет – разнообразие работы, а со стажем более 5 лет – полезность работы; значимых различий по полу не выявлено.

Менеджеры туризма ответственны за свои действия, поступки, у них развит самоконтроль, в большей степени – в сфере семейных отношений, в меньшей степени – в производственных и межличностных отношениях, статистически значимых различий по стажу и полу не обнаружено. У мужчин наблюдается тенденция к интернальности неудач.

В процессе профессиональной деятельности у 40% менеджеров происходит пересмотр своего отношения к туристскому бизнесу. Одной из причин этого может быть неадекватный выбор специальности. Они ведут поиски информации по разрешению проблемы профессионального самоопределения, для них важно разнообразие в деятельности, у них повышается уровень тревожности и растет неудовлетворенность работой. Со стажем работы в туристском бизнесе более 5 лет у менеджеров сильнее проявляются данные тенденции, вплоть до полного пересмотра своего отношения к профессии, и для них имеет значение полезности работы.

У 32% менеджеров были сформированы лично значимые цели в туристской деятельности уже в период профессионального самоопределения,

что обеспечило им чувство направленности и осмысленности жизни. У них стабильные связи с социумом, а также позитивное самоотношение при положительном оценивании собственных качеств.

У мужчин, по сравнению с женщинами, больше выражена самооценочность, уверенность в себе, осознание своих трудностей, определенность жизненной ситуации. Они больше поглощены своим статусом, ролью и работой, положительно оценивают собственные качества.

Женщин больше, чем мужчин, волнует выполнение профессиональной роли и повседневных дел. У них высокая загруженность и событийность жизни. Они осознают свои трудности, анализируя результаты своей работы и сравнивая себя с другими профессионалами.

Чем больше менеджеры туризма ориентированы на производственные отношения и на достижение успеха в деятельности, тем меньше им свойственно положительное оценивание себя, своих результатов. У них меняются представления о том, что они могут вызывать в других уважение, симпатию, одобрение и понимание, ощущение ценности для себя и других, снижается уверенность в себе. Особенно это выражено у женщин, по сравнению с мужчинами, которые стремятся к структурированности деятельности и проявлению амбициозности.

Менеджеры туризма со стажем работы менее 5 лет ориентированы на самосовершенствование, творчество, разнообразие в работе, здоровье. У менеджеров туризма со стажем работы более 5 лет возрастает роль влияния на других и стремление к власти, снижается ответственность за неудачи, для них важна полезность и структурированность работы, проявляется осмысленность заботы о своем здоровье.

Таким образом, формирование профессиональной идентичности у менеджеров туризма зависит от процесса профессионального самосознания, идентификации себя с выбранной сферой деятельности, а также от разнообразия мотивов и стажа работы.

**Список использованных источников**

1. Бажин Е.Ф., Голынкина Е.А., Эткинд А.М. Метод исследования уровня субъективного контроля // Психологический журнал. – Том 5. –1984. – №3. – с. 152-162.
2. Диагностика парциальных позиций интернальности – экстернальности личности (Бажин Е.Ф., Голынкина Е.А., Эткинд А.М.) / Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2002. – с. 14-19.
3. Митина Л.М. Психологические основы профессионального развития личности в системе «Человек – образование – профессия» // V Международная научно-практическая конференция «Человек – образование – профессия» (Москва, 6–8 июля 2009 года). М., 2009. – с. 10–15.
4. Подосинников С.А. Психологические основы конкурентоспособности личности (монография). // Астрахань: Изд-во Сорокин, 2011. – 189 с.
5. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией. М.: Юнити-Дана, 2004. – 399 с.
6. Столярчук Е.А. Коммуникативные особенности менеджеров турфирмы // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Серия 12. Вып. 1. Психология. Социология. Педагогика. – 2011. – с. 108-111.
7. Столярчук Е.А. Формирование профессиональной модели менеджера по туризму // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Вып. 1. Психология. Социология. Педагогика. – 2010. – с. 105-109.
8. Шнейдер Л.Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. М.: МПСИ, 2007. – 128 с.
9. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность. Монография. М.: МОСУ, 2001. – 256 с.